



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูกาลท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน
MUAY THAI : A GREEN SEASON COMMERCIAL INNOVATION ON THE ANDAMAN AREA

โดย รยาชาติ เต็งกูสุลัยมาน และคณะ

มกราคม 2554

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูกาลท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน
MUAY THAI : A GREEN SEASON COMMERCIAL INNOVATION ON THE ANDAMAN AREA

คณะผู้วิจัย สังกัดสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่

รยาชาติ เต็งกุศลย์มาน
วรรณ พิทักษ์ศานต์
กานตินุช สติรมนัส

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่องมวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน ฉบับนี้มีเป้าประสงค์ที่สำคัญคือศึกษาแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในภาพรวมเข้าสู่มาตรฐานสากลภายใต้หลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ขอขอบคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยที่สนับสนุนด้านทุนในการทำวิจัย ขอขอบคุณดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่เปิดโอกาสให้สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตในฐานะที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่นในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้รับใช้ชุมชนด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวตามพันธกิจที่กำหนดไว้

ขอขอบคุณการกีฬาแห่งประเทศไทยจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ที่สนับสนุนการประชุมกลุ่มย่อย ขอขอบคุณอาจารย์ปัญญา ไกรทัศน์ หัวหน้างานประชาสัมพันธ์กรมการท่องเที่ยวและคุณสุวิทย์ ว่องไว สมาชิกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ตและเจ้าของค่ายมวย Suwit Muay Thai training Camp ที่กรุณาให้ข้อมูลด้านมวยไทยอันดามันที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัย ขอขอบคุณคุณวิจิต ยะลา และคุณสุดี จำเริญลาภ เจ้าของบริษัทมณีทัวร์ อำเภอเกาะลันตา ที่กรุณาปรับปรุงโปรแกรมทัวร์ ขอขอบคุณอาจารย์สำคัญ เพชรทอง รองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ที่ให้การสนับสนุนการทำวิจัยขอขอบคุณ อาจารย์ธนธิป บุญยรัตน์ Mr.Louis Gebert และ Mr.Leo Rechesteiner โรงเรียนแอนนาสอนภาษากระบี่ที่กรุณาแปลแบบสอบถามฉบับภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษและตรวจทานโปรแกรมทัวร์ และท้ายที่สุดนี้ขอขอบคุณเจ้าของค่ายมวย เวทีมวย และบริษัทนำเที่ยว ตลอดจนผู้ทรงคุณวุฒิด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามันทุกท่านที่ได้ทุ่มเท กำลังกาย กำลังใจ และเวลาอันมีค่า ในการให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์ทำให้การวิจัยครั้งนี้ประสบความสำเร็จและสัมฤทธิ์ผลตามที่ตั้งใจไว้ทุกประการ

คณะนักวิจัย

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รายงานวิจัยเรื่อง

มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน

วัตถุประสงค์และวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลอันดามัน ซึ่งประกอบไปด้วยขั้นตอนในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ศึกษาภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน
2. ประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน
3. สร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน โดยกระบวนการเดลฟายเทคนิค
4. ศึกษาความพึงพอใจโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทาง โปรแกรมการนำเที่ยว และอื่น ๆ ของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องบริเวณพื้นที่อันดามัน
5. ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจากการศึกษาครั้งนี้
6. สร้างแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน

สรุปผลการวิจัย

1. ภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

มวยไทยในอันดามันเป็นที่รู้จักมักคุ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมานานจนกระทั่งปัจจุบัน ดังนั้นคนในพื้นที่อันดามันยังสามารถประกอบอาชีพเกี่ยวกับมวยไทยตลอดจนศิลปปะการต่อสู้ป้องกันตัวพื้นบ้านและศิลปปะการแสดงอื่น ๆ แต่ทั้งนี้ต้องปรับปรุงยุทธศาสตร์การบริหารจัดการที่เหมาะสม และเข้ากับยุคสมัย นอกจากนี้ยังพบอีกว่าพื้นที่อันดามันมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีปัญหากับคู่แข่งทางธุรกิจมีจำนวนมาก

ค่าเช่าที่ดินและอุปกรณ์สิ่งก่อสร้างราคาแพง บุคลากรขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่จำเป็น การขอวีซ่าของนักท่องเที่ยว มีคฤหาสน์ราคาแพงสำหรับบรรยายประกอบการนำเที่ยว และการกำหนดราคาในการเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

2. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน

การดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามันมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เข้มแข็งพอสมควร สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ในระดับหนึ่ง

3. นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืนโดยกระบวนการเดลฟายเทคนิค

ผู้เชี่ยวชาญจากกระบวนการเดลฟายเทคนิคได้เสนอแนะปัจจัยต่าง ๆ ที่ควรแก่การนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยไว้ 11 ประการ ประกอบด้วย เส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมสำหรับนำเสนอคู่กับมวยไทย สิ่งอำนวยความสะดวก เรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทย การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การควบคุมคุณภาพสินค้า การส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทาง โปรแกรมการนำเที่ยวและอื่น ๆ ของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องบริเวณพื้นที่อันดามัน

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจมวยไทยของพื้นที่อันดามันในระดับมาก ทั้งในแง่ของเวทีมวย ค่ายมวย เส้นทางกรนำเที่ยว แพคเกจทัวร์ และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในภาพรวมระหว่างนักท่องเที่ยวสัญชาติเอเชียกับตะวันตกพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวดังกล่าวมีความพึงพอใจด้านเวทีมวยและค่ายมวยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน ส่วนด้านเส้นทางท่องเที่ยว โปรแกรมการนำเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทยไม่แตกต่างกัน

5. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นอันประกอบไปด้วยแพ็คเกจทัวร์ทั้ง 8 โปรแกรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวชาติ ออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส เป็นอันดับ 1 ทุกรายการ ทั้งที่เปรียบเทียบกับปัจจัยด้านการตลาดด้วยกันและภาพรวม รองลงมาคือราคา และการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

6. แนวทางการยกระดับมวยไทย สู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน

พื้นที่อันดามันต้องยกระดับและตราผลิตภัณฑ์ “Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Price” ตลอดจนนวัตกรรมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น โดยเฉพาะแพ็คเกจทัวร์ลำดับที่ 8 “Andaman Ironman Super Fight XL : A-I XL” ภายใต้ชื่อสินค้า “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” ซึ่งใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Andaman Ironman Super Fight” ให้เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั่วโลก นอกจากนี้จะต้องเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยการให้บริการที่ดี ราคายุติธรรม ส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม ง่ายต่อการจัดซื้อจัดหา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญที่สุดก็คือมีการร่วมมือในเชิงธุรกิจที่ชัดเจน ตลอดจนมีองค์กรกลางเป็นตัวเชื่อมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหาร

1. กลุ่มจังหวัดอันดามันควรจัดตั้งองค์กรเครือข่ายในการจัดและบริหารเชิงบูรณาการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Marketing Unit) คือมีรูปแบบการดำเนินงาน ปรักฎา วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้มีคณะกรรมการบริหารงานกำกับดูแลและประสานงานที่มีระเบียบและกฎหมายรองรับอย่างถูกต้องซึ่งอาจจะเป็นหน่วยงานย่อยของสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน หรือองค์กรอื่นใดตามความเหมาะสมแล้วแต่จะตกลงกัน และเพื่ออำนวยความสะดวกด้านข่าวสาร และข้อมูลการท่องเที่ยว อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง ที่พัก อาหาร ภูมิอากาศ การเตือนภัยพิบัติภัย คลื่นสึนามิ ตลอดจนดำเนินการติดต่อประสานงานเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเงินตรา ฝากและถอนเงิน จากธนาคาร ต่อวีซ่า และประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง อาจะจัดตั้งศูนย์ประสานงานย่อยเป็นหน่วยงานเสริมทางการตลาดระดับจังหวัด (Supportive Marketing Unit) อีกด้วยก็ได้

2. กำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดและบริหารมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอันดามัน โดยมีจุดเน้น 3 ประการดังต่อไปนี้

2.1 การอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ โดยอาศัยหลักการเชื่อมโยงขององค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเพื่อนำไปสู่เป้าหมายเดียวกัน กล่าวคือคุ้มครองทรัพยากรระยะยาว ผนวกรวมให้มีการใช้ทรัพยากรโดยไม่ทำให้เสื่อม แก้ไขปัญหาความขัดแย้งในการใช้ทรัพยากร เพราะทรัพยากรธรรมชาติเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวทุกรูปแบบให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

2.2 จัดและบริหารมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามันโดยใช้รูปแบบของกลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Sports Tourism Management Model) ตามแนวคิดของ วิทยาคิต เต็งกูสุลัยมาน (2550 : 51) ซึ่งเป็นที่รู้จักในวงการท่องเที่ยวว่า “ZEAASPA” ประกอบไปด้วยการจัดและบริหารปัจจัยต่าง ๆ 7 ด้าน อันได้แก่ การจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว (Zoning) การจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (Environment) การจัดการด้านเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) การจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย (Safety) การจัดการด้านบุคลากร (Personnel) และการจัดการด้านกิจกรรม (Activity)

2.3 นำกฎทองของการทำธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว (Golden Rule in Muay Thai Business Management) ใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า “Raja Syed Tengku Sulaiman’s Five Fs in Muay Thai Business Management” ของวิทยาคิต เต็งกูสุลัยมาน มาปรับใช้อย่างเหมาะสม ประกอบด้วย 5 เอฟ (5Fs) อันได้แก่ F1 คือคนโดยเฉพาะนักมวยต้องดี (Fine) และสง่างาม F2 ต้องมีความสนุกสนาน (Fun) เป็นที่ประทับใจแฟน ๆ F3 ต้องมีแฟนคลับ (Fans) ที่จงรักภักดีต่อองค์กรเป็นของตนเอง F4 ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ที่เหมาะสมและนักท่องเที่ยวรับได้ และ F5 ต้องมีใจรักในกีฬามวยไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความมุ่งมั่นและมานะพยายาม (Force) ที่จะผลักดันธุรกิจดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จ

3. ปฏิบัติการเชิงรุก คือการตัดสินใจเพื่อป้องกันภาวะวิกฤต หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเป็นการบริหารจัดการที่ใช้ทั้งวิธีการป้องกันและการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบบนพื้นฐานของศักยภาพที่มีอยู่ควบคู่กันไป นั่นก็หมายความว่าถึงแม้กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันจะมีตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของจังหวัดแตกต่างกันไปบ้าง แต่เนื่องจากทั้งสามจังหวัดเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่ตั้งเรียงรายอยู่บนชายฝั่งทะเลอันดามันเช่นเดียวกัน ซึ่งจะมีผลทำให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ทางด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มซึ่งหมายรวมถึงมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวด้วยให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและพร้อมกันได้ อย่างผสมกลมกลืน โดยการนำหลักการจัดและบริหารเชิงบูรณาการดังกล่าวข้างต้นมาใช้ที่เหมาะสม

4. กลุ่มจังหวัดอันดามันควรส่งเสริมและฟื้นฟูกิจกรรมกีฬา การละเล่นพื้นบ้าน การแสดง ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่สามารถนำเสนอควบคู่กับมวยไทยได้อย่างลงตัว เช่น ศิลปะป้องกันตัวอย่างไทยทั้งกระบี่กระบอง ดาบ หอก ทวน โลหี ดั้ง และเขน การควงพลองไฟ ห่วงไฟ และซ็อก ตลอดจนศิลปะการแสดงโนราห์ หนังตะลุง และลิเกป่า เป็นต้น อย่างไรก็ตามกิจกรรมที่นำเสนอนักท่องเที่ยวนั้นต้องเป็นกิจกรรมเรียบง่ายและไม่มีสัมผัสภาวะมากมาย ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงสภาพดินฟ้าอากาศที่ไม่อำนวยซึ่งมักจะแปรเปลี่ยนเสมอในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย

5. กลุ่มจังหวัดอันดามันควรวางแผนรับมือกับสภาพดินฟ้าอากาศในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งภารกิจที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย การช่วยเหลือ และเฝ้าอาทรต่อนักท่องเที่ยว เช่น การเตรียมการเกี่ยวกับเครื่องผลิตกระแสไฟ ร่ม เสื้อกันฝน ตลอดจนบริการรถรับส่งนักท่องเที่ยวเมื่อฝนตก พายุฟ้าคะนอง และเหตุการณ์อื่น ๆ อันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ดูเหมือนจะเป็นเรื่องเล็กน้อยแต่ถ้าสามารถจัดและบริหารจัดการอย่างดีก็จะกลับกลายเป็นเสน่ห์ที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้ก็เท่ากับว่าเป็นการบริหารการตลาดไปในตัว

6. กลุ่มจังหวัดอันดามันควรจัดกิจกรรมมวยไทยให้สอดรับ ต่อเนื่อง และเชื่อมโยงอย่างเหมาะสมทั้งสถานที่ กิจกรรม และสภาพดินฟ้าอากาศ ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและใช้เวลาในกลุ่มจังหวัดอันดามันมากที่สุดเท่าที่จะมากได้

7. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องสร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยบริเวณแหล่งท่องเที่ยวด้านมวยไทย ทั้งในเรื่องอุบัติเหตุ โรคติดต่อในช่วงฤดูฝน และการก่อการร้ายสากล เพราะสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

8. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องตระหนักและให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการในทำนองลูกค้าคือพระเจ้า และขณะเดียวกันจะต้องยกระดับและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ “Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Stop Service” ตลอดจนนวัตกรรมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นโดยเฉพาะไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือนคือแพ็คเกจทัวร์ลำดับที่ 8 “Andaman Ironman XL : A-I XL” ภายใต้ชื่อสินค้า “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” โดยใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Andaman Iron-man Super Fight” ให้เข้มข้น และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในการเดินทางต้นต้นมาร่วมแข่งขันอย่างเนื่องแน่นตลอดทั้งปี

9. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมอันได้แก่การให้บริการที่ดี ราคายุติธรรม ส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม ง่ายต่อการจัดซื้อจัดหา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญที่สุดก็คือมีการร่วมมือในเชิงธุรกิจที่ชัดเจนตลอดจนเมืองคกรกลางเป็นตัวเชื่อมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : TRI/ATCRC/0001
 ชื่อโครงการ : มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน
 ชื่อนักวิจัย : ดร.รายาศิต เต็งกุสุลัยมาน
 นางวรรณ พิทักษ์ศานต์
 นางสาวกานติณัฐ สติรมนัส
 E-mail Address : tengkusulaiman@hotmail.com
 ระยะเวลาโครงการ : 1 สิงหาคม ถึง 31 กรกฎาคม 2553 และขอขยายเวลาถึง 31 มกราคม 2554

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อสร้างแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน ซึ่งประกอบไปด้วยการดำเนินการ 6 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน
2. ประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน
3. สร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน โดยกระบวนการเดลฟายเทคนิค
4. ศึกษาความพึงพอใจโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทาง โปรแกรมการนำเที่ยว และอื่น ๆ ของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง บริเวณพื้นที่อันดามัน
5. ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจากการศึกษาครั้งนี้
6. สร้างแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน

ผลการวิจัยพบว่า

1. มวยไทยในอันดามันเป็นที่รู้จักมักคุ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมานานจนกระทั่งปัจจุบัน ดังนั้นคนในพื้นที่อันดามันยังสามารถประกอบอาชีพเกี่ยวกับมวยไทยตลอดจนศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวพื้นบ้านและศิลปะการแสดงอื่น ๆ แต่ทั้งนี้ต้องปรับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการที่เหมาะสมและเข้ากับยุคสมัย นอกจากนี้ยังพบอีกว่าพื้นที่อันดามันมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจมีจำนวนมาก ค่าเช่าที่ดินและอุปกรณ์สิ่งก่อสร้างราคาแพง บุคลากรขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่จำเป็น การขอวีซ่าของนักท่องเที่ยว มักคุศกัซชาติเรื่องเล่าสำหรับบรรยายประกอบกรำนำเที่ยว และการกำหนดราคาในการเข้าร่วมกิจกรรมด้านมวยไทยไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

2. การดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามันมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เข้มแข็งพอประมาณ สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ในระดับหนึ่ง

3) ผู้เชี่ยวชาญจากกระบวนการเดลฟายเทคนิคได้เสนอแนะปัจจัยต่าง ๆ ที่ควรแก่การนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยไว้ 11 ประการ ประกอบด้วย เส้นทางท่องเที่ยว กิจกรรมด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมสำหรับนำเสนอคู่กับมวยไทย สิ่งอำนวยความสะดวก เรือเล่าเกี่ยวกับมวยไทย การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การควบคุมคุณภาพสินค้า การส่งเสริมการขาย การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์

4. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยของพื้นที่อันดามันในระดับมากทั้งในแง่ของเวทีมวย ค่ายมวย เส้นทางกรำนำเที่ยว แพ็คเก็ตทัวร์ และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบระดับความพึงพอใจในภาพรวมระหว่างนักท่องเที่ยวสัญชาติเอเชียกับตะวันตกพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวดังกล่าวมีความพึงพอใจด้านเวทีมวยและค่ายมวยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน ส่วนด้านเส้นทางท่องเที่ยว โปรแกรมกรำนำเที่ยว และศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทยไม่แตกต่างกัน

5. ผลិតภัณท์ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นอันประกอบไปด้วยแพ็คเก็ตทัวร์ทั้ง 8 โปรแกรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวสัญชาติ ออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส เป็นอันดับ 1 ทุกรายการ ทั้งที่เปรียบเทียบกับปัจจัยด้านการตลาดด้วยกันและภาพรวม รองลงมาคือราคากับการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

6. พื้นที่อันดามันต้องยกระดับและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ “ Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Stop Service” ตลอดจนนวัตกรรมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น โดยเฉพาะแพ็คเกจทัวร์ลำดับที่ 8 “Andaman Ironman Super Fight XL: A-I XL” ภายใต้ชื่อสินค้า “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” ซึ่งใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Andaman Iron-man Super Fight” ให้เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั่วโลก นอกจากนี้จะต้องเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยการให้บริการที่ดี ราคายุติธรรม ส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม ง่ายต่อการจัดซื้อจัดหา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญที่สุดก็คือมีการร่วมมือในเชิงธุรกิจที่ชัดเจนตลอดจนมีองค์กรกลางเป็นตัวเชื่อมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ABSTRACT

Project Code : TRI/ATCRC/0001
Project Title : Muay Thai : A Green Season Commercial Innovation on the Andaman Area
Investigators : Dr. Raja Syed Tengku Sulaiman
Mrs. Wanna Pitaksan
Miss. Kantinut satiramanus
E-mail Address : tengkusulaiman@hotmail.com
Project Duration : 1 August to 31 July 2010, and expanded to 31 January 2011

The purpose of this research is to study Muay Thai as a green season commercial innovation on the Andaman Area. There are 6 steps for determining the green season commercial innovation as mentioned above :

1) Determining the background and problems of Muay Thai tourism, local sports, and other related cultural-arts of the Andaman Area.

2) Assessing the business environment of Muay Thai tourism, local sports, and other related cultural-art activities of the Andaman Area.

3) Construction the sustainable green season commercial innovation in Muay Thai tourism, local sports, and other related cultural-art activities of the Andaman Area.

4) Estimating tourists' general satisfactions upon routes, tour packages, and others in Muay Thai tourism, local sports, and related cultural-art activities of the Andaman Area.

5) Study the relationship between marketing mix factors and product selective satisfactions in Muay Thai tourism, local sports, and related cultural-art activities of the Andaman Area among the 4 target tourist nationalities such as Australia, Scandinavia, German, and Franc.

6) Creating the guide lines for upgrading the commercial innovation in Muay Thai and related other activities for activating the economic of Andaman area during green season time.

There are 6 findings of this study :

1) Muay Thai Andaman is known as the best martial art and admired among the foreigner tourists from the several parts of the world for along time. Therefore, the Andaman area people can earn a living utilizing Muay thai activities for ever and ever. Apart from that, the research also found that Andaman area had a high level of problem in Muay Thai tourism business management. More specifically, it extremely confronted with many obstacles about foreigner business competitors, expense of office and land for rent, lack of English and other languages communicational experts, tourist visa, Muay Thai tell stories for guide, and standard of price arrangement.

2) Muay Thai tourism in Andaman area is consisted of many powerful business environments. Moreover, it pay a significant role in responding both strength and weak points of the area.

3) The experts from Delphi Technique Process suggested the 11 factors for designing the green season commercial innovation of Muay Thai Andaman tourism industry such as routes, Muay Thai activities, local sports and related cultural-arts activities, accommodations, Muay Thai tell stories, sustainable tourism management, product control, promotion, price, place, and public relation.

4) The satisfaction of tourists were considered at high level in all aspects of Muay Thai Andaman management. However, the research also found that there were significant difference in overall tourists' satisfaction mean scores between Asian and Western nationality at .05 level. As viewed by separated aspects, it was found that there were also significant difference at the level of .05 among the respondents differing in Muay Thai stadium and camp, whereas there were no significant difference among those differing in routes, tour packages, and other related cultural-art activities.

5) The product as a constructional commercial innovation consisted of 8 tour packages were directly influenced on satisfaction of all target group tourists

such as Australia, Scandinavia, German, and France. While price and promotion were secondly selected respectively.

6. The Andaman Area will pay attention in upgrading and developing its brand name “Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Price”. Moreover, the constructed 8 tour packages especially the most outstanding tour program “Andaman Ironman Super Fight XL: A-I XL” should be immediately promoted among all tourists from several parts of the world. A part from that, the product value should be increased utilizing the following strategies : excellent service, impartial price, effective promotion, continuous public relation, firm cooperation, and sustainable tourism.

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------|
| กิตติกรรมประกาศ | ก |
| บทสรุปสำหรับผู้บริหาร | ข |
| บทคัดย่อภาษาไทย | ช |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ | ญ |
| สารบัญตาราง | ณ |
| สารบัญภาพ | บ |
| บทที่ | |
| 1 บทนำ | 1 |
| 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา | 1 |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย | 4 |
| 1.3 คำถามหลักของการวิจัย | 4 |
| 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย | 6 |
| 1.4 สมมุติฐานการวิจัย | 7 |
| 1.5 ขอบเขตของการวิจัย | 7 |
| 1.6 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย | 9 |
| 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ | 10 |
| 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 11 |
| 2.1 แนวคิด ทฤษฎี และหลักการที่เกี่ยวข้อง | 11 |
| 2.1.1 ภูมิหลังอันดามันกับมุมมองของนักท่องเที่ยว | 11 |
| 2.1.2 ภาพฉายของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในพื้นที่อันดามัน | 14 |
| 2.1.3 การจัดการการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ให้ประสบความสำเร็จ | 17 |
| 1) การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน | 17 |
| 2) การจัดการท่องเที่ยวโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม | 18 |
| 3) การจัดการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวแบบฉบับอันดามัน (ZEASSPA) และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | 19 |
| 2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว | 31 |
| 2.2 รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง | 38 |

| บทที่ | หน้า |
|---|------|
| 3 วิธีดำเนินการวิจัย | 42 |
| 3.1 กลุ่มตัวอย่าง | 42 |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย | 44 |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล | 47 |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล | 48 |
| 3.5 กรอบงานในการทำวิจัย | 52 |
| 4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล | 53 |
| 5. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ | 159 |
| 5.1 สรุปผลการวิจัย | 161 |
| 5.2 อภิปรายผลการวิจัย | 175 |
| 5.3 ข้อเสนอแนะ | 185 |
| - ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อย | 185 |
| - ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายระดับท้องถิ่น ในการรองรับการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงที่มีการ ท่องเที่ยวน้อย | 190 |
| - ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์การพัฒนา ขีดความสามารถการท่องเที่ยวด้านมวยไทยของพื้นที่อันดามัน ในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อย | 191 |
| - ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป | 196 |
| - ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในวงธุรกิจ และการศึกษา | 197 |
| บรรณานุกรม | 212 |
| ภาคผนวก | 218 |
| ภาคผนวก ก แพ็คเก็ตทัวร์ จำนวน 8 รายการส่วนหนึ่งของนวัตกรรม เชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน | 219 |
| ภาคผนวก ข เรื่องเล่ามวยไทย ตะกร้อ และว่าวไทยส่วนหนึ่งของนวัตกรรม เชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน | 227 |
| ภาคผนวก ค ตารางวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมวยไทยอันดามัน | 236 |

สารบัญ (ต่อ)

| | | |
|-----------|---|-----|
| ภาคผนวก ง | บทความเรื่อง มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดู การท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน | 246 |
| ภาคผนวก จ | กิจกรรมเกี่ยวกับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ | 257 |
| ภาคผนวก ฉ | ผลการดำเนินงานตามแผนการวิจัย | 260 |
| ภาคผนวก ช | รายนามผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นด้านมวยไทยเพื่อการ การท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน | 265 |
| ภาคผนวก ซ | ประวัตินักวิจัย | 269 |

สารบัญตาราง

| | | |
|----------|---|----|
| ตารางที่ | | |
| 3.1.1 | แสดงจำนวนบุคลากรผู้ร่วมประเมินภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน | 42 |
| 3.1.2 | แสดงจำนวนบุคลากรผู้ร่วมพิจารณาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน | 43 |
| 3.1.3 | แสดงจำนวนผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการกีฬามวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในภาคใต้ที่เข้าร่วมกระบวนการเดลฟายเทคนิค | 43 |
| 3.1.4 | แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวด้านมวยไทยกลุ่มคุณภาพที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ | 43 |
| 3.1.5 | นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยนักท่องเที่ยว 4 สัญชาติคือออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และ ฝรั่งเศส | 44 |
| 4.1.1.1 | แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับภูมิหลังของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน | 54 |
| 4.1.2.1 | แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านเวทีมวย | 58 |
| 4.1.2.2 | แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านค่ายมวย | 60 |
| 4.1.2.3 | แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านสถานประกอบการนำเที่ยว | 62 |
| 4.2.1.1 | แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านการบริหารจัดการ | 64 |
| 4.2.1.2 | แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านผลิตภัณฑ์และการตลาด | 66 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | | |
|---------|--|----|
| 4.2.1.3 | แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านบุคลากร | 70 |
| 4.2.1.4 | แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านต้นทุนและทรัพยากรทางการเงิน | 72 |
| 4.2.2.1 | แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม | 74 |
| 4.2.2.2 | แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก | 76 |
| 4.2.2.3 | แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านสังคมและวัฒนธรรม | 79 |
| 4.2.2.4 | แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ | 81 |
| 4.2.3.1 | แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันระหว่าง พื้นที่อันดามัน เกาะสมุย และเขาสัก อำเภอพนนงม จังหวัดสุราษฎร์ธานี | 83 |
| 4.3.1 | แสดงคำมัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืนด้านเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต | 87 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | | |
|-------|--|-----|
| 4.3.2 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดพังงา | 90 |
| 4.3.3 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ | 93 |
| 4.3.4 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านกิจกรรมมวยไทยที่ควรนำเสนอนักท่องเที่ยว | 97 |
| 4.3.5 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำมาบูรณาการและนำเสนอควบคู่กับมวยไทยเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว | 99 |
| 4.3.6 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเสริมธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว | 101 |
| 4.3.7 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านเรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทยที่ควรนำเสนอนักท่องเที่ยว | 103 |

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | | |
|--------|--|-----|
| 4.3.8 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Management) | 105 |
| 4.3.9 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Product) | 107 |
| 4.3.10 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Promotion) | 109 |
| 4.3.11 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Price) | 111 |
| 4.3.12 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Place) | 112 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 4.3.13 | แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของกาจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Public Relation) | 114 |
| 4.4.1 | แสดงค่าร้อยละข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามและเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยววันหยุด | 122 |
| 4.4.2 | แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านเวทีมวย | 126 |
| 4.4.3 | แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านค่ายมวย | 128 |
| 4.4.4 | แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านเส้นทางท่องเที่ยว (one day tour) | 130 |
| 4.4.5 | แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านโปรแกรมการนำเที่ยว (Tour Package) | 131 |
| 4.4.6 | แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทย | 132 |
| 4.4.7 | แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน | 133 |
| 4.5.1 | แสดงค่าร้อยละข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย | 135 |

| | | |
|--------|--|-----|
| 4.5.2 | แสดงคำร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 1 “Andaman One day Two Camps Muay Thai trip” | 137 |
| 4.5.3 | แสดงคำร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 2 “Two Days One Night Ancient Muay Thai. Trip” | 138 |
| 4.5.4 | แสดงคำร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 3 “Andaman Fight Night Tour” | 139 |
| 4.5.5 | แสดงคำร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 4 “Andaman Super Fight Boxing Show” | 140 |
| 4.5.6 | แสดงคำร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 5 “Muay Thai Andaman Study and Training Camp” | 141 |
| 4.5.7 | แสดงคำร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 6 “Diploma in Muay Thai Andaman utilizing the co-operative Education system” | 142 |
| 4.5.8 | แสดงคำร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 7 “Muay Thai Andaman for Special Purpose and Tour (90 days)” | 143 |
| 4.5.9 | แสดงคำร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 8 “Andaman Ironman Super Fight XL (A - I XL)” | 144 |
| 4.5.10 | แสดงลำดับ ความถี่ และคำร้อยละ ของปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความ พึงพอใจในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 สัญชาติ | 145 |

- | | | |
|-------|--|-----|
| 4.6.1 | แนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามันด้านการบริหารจัดการ | 147 |
| 4.6.2 | แนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามันด้านการตลาด | 154 |

สารบัญภาพ

| ภาพที่ | หน้า |
|---|------|
| 1.1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย | 6 |
| 2.1 แสดงกฎทองของการประกอบธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว | 30 |
| 3.1 แสดงกรอบงานในการทำวิจัย | 52 |

บทที่ 1

บทนำ

สำหรับการทำวิจัยเรื่อง มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่
อันดามันในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาตามลำดับต่อไปนี้ดังนี้

- 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
- 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย
- 1.3 คำถามหลักของการวิจัย
- 1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 1.5 สมมุติฐานของการวิจัย
- 1.6 ขอบเขตของการวิจัย
- 1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย
- 1.8 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ
ไทยมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีส่วนฟื้นฟูเศรษฐกิจตลอดจนสร้างรายได้ให้กับ
ประชาชนในพื้นที่อย่างมากมาย และถ้ามองในภาพรวมก็จะพบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็น
อุตสาหกรรมที่สามารถดึงดูดผลเมืองจากทั่วทุกมุมโลกมาใช้จ่ายในรูปเงินตราต่างประเทศเป็น
จำนวนหลายล้านบาทต่อปี (สุณีย์ มณีวงศ์, 2549) นอกจากนี้จะสร้างรายได้ให้กับประเทศต่อปีกว่า
3,000,000 ล้านบาท และคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 5 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวม
ภายในประเทศแล้ว อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวยังกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำทรัพยากร
ของประเทศที่มีอยู่มาใช้ให้เป็นประโยชน์มากขึ้น ที่สำคัญคือก่อให้เกิดการจ้างงานและ
กระจายรายได้และเกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกเป็นจำนวนมาก ความสำคัญของการท่องเที่ยวเริ่ม
ปรากฏชัดในช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่หนึ่งที่ทำรายได้ให้กับประเทศ ดังนั้นจึงสามารถใช้วิกฤตมาเป็นโอกาส โดย
ใช้การได้เปรียบในเรื่องค่าเงินมาเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญ ประกอบกับการดำเนินการส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทย “อเมซิ่งไทยแลนด์ 1998-1999” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ เช่นความไม่สงบในบ้านเมืองของประเทศคู่แข่ง การเพิ่มเที่ยวบิน
และขยายเส้นทางการบิน ตลอดจนความโดดเด่นทางด้านตัวสินค้าทางการท่องเที่ยวของไทย

ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยยังคงเติบโตสวนทางกับภาคธุรกิจอื่น ๆ โดยจำนวนของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยยังคงเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศหลายร้อยล้านบาทต่อปี (จรรยา เปรมศิลป์, 2543 : 1) นอกจากนี้องค์การการท่องเที่ยวโลกยังได้ศึกษาและพบว่า พื้นที่ในแถบเอเชียแปซิฟิก เป็นภูมิภาคที่มีอัตราการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวสูงมากเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่น และจากการคาดการณ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งชาติเชื่อว่า ประเทศไทยจะมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยต่อปีของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศถึงร้อยละ 6.99 ในช่วงปี พ.ศ. 2549 - 2553 สามารถพัฒนาเป็นผู้นำการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียอย่างต่อเนื่อง และก้าวไปสู่การเป็น World Class Destination ในที่สุด แต่ทั้งนี้จะต้องพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องสนับสนุนให้องค์กรปกครองท้องถิ่นมีความเข้มแข็งสามารถบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ก่อเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นมากที่สุด ที่สำคัญคือต้องอนุรักษ์ทรัพยากรเหล่านั้นให้คงความเป็นธรรมชาติและมีเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมเฉพาะตัวอย่างชัดเจน (สถาบันการพลศึกษา, 2552 : 23)

พื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับการยอมรับจากสื่อสารมวลชนว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวของโลก กล่าวคือเป็นเมืองที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่งดงาม มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งคือตั้งอยู่บนชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทั้ง 3 จังหวัดมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเข้าสู่มาตรฐานสากลได้ (สำนักงานจังหวัดกระบี่, 2547 : 63) ที่สำคัญคือจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ประกอบไปด้วยสภาพภูมิประเทศแบบชายฝั่งทะเลและภูเขาสลับซับซ้อนเรียงรายทอดยาวไปตามชายฝั่งมหาสมุทรอินเดีย ตอนชายฝั่งทะเลอันดามันโดยมีเกาะภูเก็ต ซึ่งเป็นที่ตั้งของจังหวัดภูเก็ตอยู่บริเวณอ่าวภูเก็ต นอกจากนี้ยังมีเกาะน้อยใหญ่ทั้งที่มี และไม่มีประชากรอาศัยอยู่ตลอดชายฝั่ง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และชมทัศนียภาพได้ตามต้องการ และที่โดดเด่นอีกประการหนึ่งของภูมิภาคแถบนี้ก็คือมีทะเลที่ใสสะอาด ภูเขาหินที่สวยงาม ตลอดจนเกาะแก่งที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นอย่างมาก เช่นกระดานโต้คลื่น ตกปลา และดำน้ำ (วรรณ วลัยวาณิช, 2539 : 189) นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังนิยมออกกำลังกายด้วยการปีนหน้าผาล่องเรือคายัคและแคนู ขี่ม้าเลียบชายหาด เล่นวอลเลย์บอลชายหาด และการขี่จักรยานเสือภูเขาอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬา 6 ประเภท อันได้แก่ การปีนหน้าผา พายเรือคายัคและแคนู ดำ

น้ำ ตกปลา ชีจักยาน และกีฬาพื้นบ้านโดยเฉพาะมวยไทยเป็นกิจกรรมกีฬาที่จูงใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้เดินทางมาประเทศไทย และถือว่าเป็นกิจกรรมหลักที่ส่งเสริมรายได้ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภูมิภาคแถบนี้ (รายนาคิต เต็งภูสุลัยมาน, 2550 : 23)

ที่ผ่านมาถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในฐานะองค์กรของรัฐซึ่งมีหน้าที่พัฒนาและกำกับดูแลนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ได้ตระหนักในความสำคัญดังกล่าว และได้พยายามทุกวิถีทางที่จะกำหนดและแสวงหามาตรการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ดังจะเห็นได้จากการทำแผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวไทย การจัดทำแผนฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยว และการจัดทำคู่มือพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เป็นอาทิ มาตราการที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษและกำลังพยายามให้เกิดผลเชิงปฏิบัติก็คือ การส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวคือเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่อยู่บนพื้นฐานของความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ความสถาวรของวัฒนธรรมประเพณี ตลอดจนความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (มนัส สุวรรณ และคณะ, 2545 : 1-2) ถึงกระนั้นการดำเนินอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนของประเทศก็ยังคงเผชิญกับปัญหาเรื่องฤดูกาลท่องเที่ยวซึ่งมีเพียง 5-6 เดือนต่อปีเท่านั้น ส่วนเวลาที่เหลือซึ่งรู้จักกันโดยทั่วไปในหมู่นักท่องเที่ยวว่าฤดูที่ปลอดจากการท่องเที่ยว (Low Season) หรือที่ปัจจุบันพยายามจะเรียกขานให้เกิดผลการดำเนินธุรกิจในช่วงที่การท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวน้อย (Green Season) ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวทุกแขนงต้องแบกรับภาระโอบอุ้มและประดับประดาทุกสิ่งอย่างที่สำคัญคือค่าใช้จ่ายสำหรับพนักงานเจ้าหน้าที่ตลอดจนค่าสาธารณูปโภคและอื่น ๆ โดยปราศจากรายได้ ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจะต้องหาหนทางกอบกู้สถานการณ์ดังกล่าวโดยเฉพาะอย่างยิ่งหาวิธีการที่เปี่ยมไปด้วยพลังดึงดูดใจคนจากทั่วทุกมุมโลกเข้ามาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยตลอดทั้งปี (สุธี ศรีสุข และคณะ, 2552 : 3) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยในฐานะที่อยู่ในแวดวงของกีฬาและได้อาศัยร่วมไทรไบหนานบนพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานจึงได้หยิบยกเอากีฬามวยไทยซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของคนไทย กีฬาพื้นบ้าน อันได้แก่ ตะกร้อลอดห่วง กระบี่กระบอง การฟันดาบ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ซึ่งเป็นที่ชื่นชมของชาวต่างชาติ (กรุงเทพมหานคร, 2547 : 4) มาศึกษาเพื่อให้เกิดประกายความคิดเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ด้านการท่องเที่ยวในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อย ทั้งนี้เพื่อเติมเต็มให้เกิดการท่องเที่ยวครบวงจรในบริเวณพื้นที่อันดามันตลอดทั้งปี และเป็นไปอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาสาระของการวิจัย 5 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาที่บ้านตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน
2. เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาที่บ้านตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน
3. เพื่อสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาที่บ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทาง โปรแกรมการนำเที่ยวและอื่น ๆ
ของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาที่บ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง บริเวณพื้นที่อันดามัน
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือก ใช้ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจากการศึกษาครั้งนี้
6. เพื่อสร้างแนวทางการยกระดับมวยไทย สู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน

1.3 คำถามการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามการวิจัยเพื่อเป็นกรอบในการศึกษาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย 6 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. ภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาที่บ้านตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน เป็นอย่างไร
2. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาที่บ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน เป็นอย่างไร
3. นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาที่บ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน เป็นอย่างไร
4. ความพึงพอใจโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทาง โปรแกรมการนำเที่ยว และอื่น ๆ

ด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง บริเวณพื้นที่อันดามัน เป็นอย่างไร

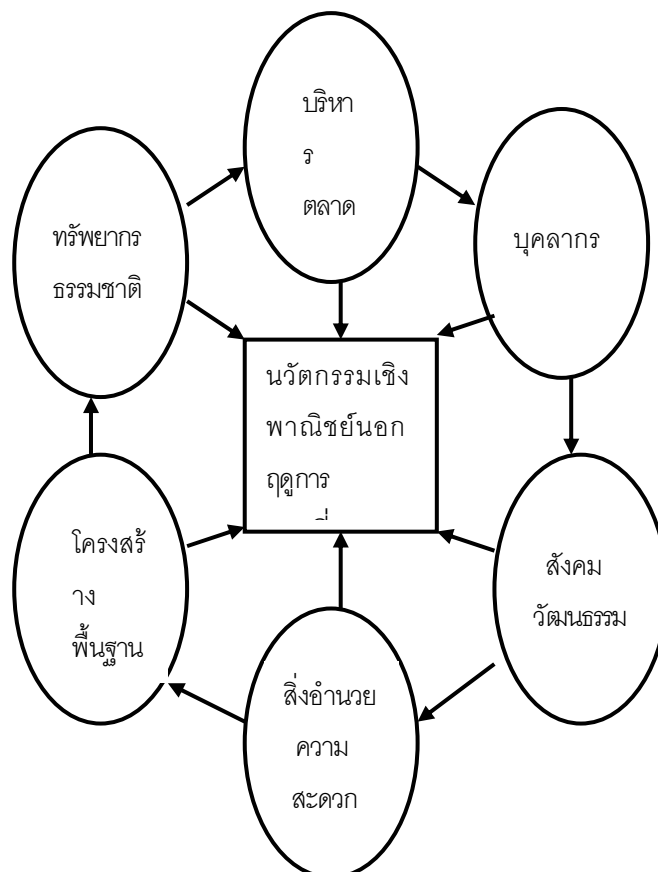
5. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจากการศึกษาหรือไม่ อย่างไร

6. แนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว นอกฤดูกาลในพื้นที่อันดามัน เป็นอย่างไร

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทำวิจัยเรื่อง “มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอย่างยั่งยืน ของแจ๊คสันและวีด (Jackson and Weed, 2003 : 94) กับของ แจ๊คสันและกลัยป์ซิท (Jackson and Glypsit, 1992 : 168) แนวทางการจัดการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวแบบฉบับอันดามัน (Andaman Sports Tourism Management Model-ZEASSPA) ของ รាយาคิต เต็งกูสุลัยมาน (2550 : 170 – 173) ส่วนประสมทางการตลาดด้านกีฬา (The Five Ps in Sport Marketing Mix) ของ มัลลินและคณะ (Mullin et al., 2000 : 38) ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ของไรอัน (Ryan, 1991 : 5) ตัวปฏิบัติการร่วมทางการตลาด (Co-operative Marketing) ของ ไบรกก์ซ (Briggs, 2001:66) และ หลักการที่ว่าด้วยความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์กีฬา (Three As) ของ เลวีน (Levine,1977 : 1)

อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดภาพฉายที่ชัดเจนและสามารถดำเนินการได้ในเชิงปฏิบัติ ผู้วิจัยจึงได้ประสมประสานหลักการ ทฤษฎี ตลอดจนแนวคิดของผู้รู้ดังกล่าวข้างต้นบูรณาการเป็นกรอบแนวคิดในการทำวิจัยเรื่อง “มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน” ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

1.5 สมมุติฐานการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดสมมุติฐานการวิจัยสำคัญที่ควรแก่การนำเสนอเพื่อความชัดเจนในการศึกษาตลอดจนสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และคำถามของการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวระหว่างชาวเอเชียและชาวตะวันตกมีความพึงพอใจเส้นทางโปรแกรมการนำเที่ยวและอื่น ๆ ด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องโดยทั่วไปแตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจากการศึกษาครั้งนี้

1.6 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างตัวแปรที่ศึกษา ตลอดจนเนื้อหาในการทำวิจัยดังต่อไปนี้

1.6.1 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญและเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นบุคลากรในท้องถิ่นทั้งภาครัฐและเอกชนที่ดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย (ภายใต้การกำกับของการกีฬาแห่งประเทศไทย) กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญตามกระบวนการเดลฟาย (Delphi Technique) ตลอดจนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอีกด้วย

1.6.2 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรสำคัญที่ควรแก่การศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทาง โปรแกรมการนำเที่ยว และอื่น ๆ ตามนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ที่สร้างขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้สามารถฉายภาพของผลวิจัยได้อย่างคมชัด และครอบคลุมเนื้อหาที่ศึกษา ดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ คือ สัญชาติของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทาง โปรแกรมการนำเที่ยว

และอื่น ๆ ตลอดจนส่วนประสมทางการตลาดของแพ็คเกจทัวร์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ที่กำหนดขึ้น

1.6.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ภูมิหลังของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน โดยศึกษาครอบคลุมเรื่องราวจากอดีตสู่ปัจจุบัน เชื้อชาติ จำนวน

วัตถุประสงค์ของการเข้าร่วมกิจกรรม การใช้จ่ายเงิน ตลอดจนชนิดและประเภทของกีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

2. ปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง

อื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน โดยศึกษาครอบคลุมปัญหาของเวทีมวย ค่ายมวย และสถานประกอบการด้านการนำเที่ยว

3. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน โดยศึกษาครอบคลุม สภาพแวดล้อมภายใน ประกอบด้วย การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์และการตลาด บุคลากร ทูนและทรัพยากรทางการเงิน สภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก สังคมและวัฒนธรรม และทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ และสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ประกอบด้วย การบริหารจัดการ บุคลากร ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐาน สังคมและวัฒนธรรม และทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ

4. แนวความคิดของผู้เชี่ยวชาญเพื่อเป็นพื้นฐานในการกำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์

โดยศึกษาครอบคลุมส่วนประสมทางการตลาด ตลอดจนเส้นทางการนำเที่ยว โปรแกรมการนำเที่ยว เรื่องเล่า แนวทางการประชาสัมพันธ์ และอื่น ๆ

5. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง บริเวณพื้นที่อันดามันที่สร้างขึ้น โดยศึกษาครอบคลุมส่วนประสมทางการตลาด และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

6. ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันจะศึกษา 3 ปัจจัยคือผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด

7. แนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน โดยศึกษาครอบคลุม คุณภาพผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขาย ราคา ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ และอื่น ๆ

1.7 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีคำจำกัดความสำคัญที่ควรแก่การนำเสนอเพื่อความสะดวกและง่ายแก่การศึกษารายงานวิจัย ดังต่อไปนี้

พื้นที่อันดามัน หมายถึง จังหวัด ภูเก็ต พังงา และกระบี่

ตำบลพนม หมายถึง ตำบลพนม อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นที่ตั้งของวนอุทยานแห่งชาติเขาสก

เกาะสมุย หมายถึง อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกประกอบด้วยโอกาสและอุปสรรค และสภาพแวดล้อมภายในประกอบด้วยจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรธุรกิจ

นวัตกรรมเชิงพาณิชย์ หมายถึง การนำแนวคิดและหลักการจากศาสตร์สาขาต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้กับวงการธุรกิจและการค้า ทั้งนี้เพื่อให้เกิดสิ่งประดิษฐ์คิดค้นใหม่ ๆ สำหรับแก้ปัญหาบางประการที่เกิดขึ้น

มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวไปพร้อม ๆ กับการเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย อันได้แก่ การเข้าชม การฝึกซ้อม ตลอดจนเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยว

มวยเควิน (K-1) หมายถึง มวยสมัยใหม่ซึ่งถือกำเนิดเกิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่น โดยนำศิลปะการต่อสู้แขนงต่าง ๆ เช่น มวยไทย มวยสากล คาราเต้ เทควันโด คิกบ็อกซิ่ง กังฟู และอื่น ๆ โดยใช้กติกาคือห้ามตีศอกและโน้มคอตีเข่า ปัจจุบันมีการจัดการแข่งขันชิงแชมป์โลกภายใต้ชื่อ “คิกเควิน เวิลด์แมกซ์” (K-1 World Max)

การต่อสู้แบบไร้ขีดจำกัด (Ultimate Fighting) หมายถึง การแข่งขันต่อสู้บนเวทีมวยรูป 8 เหลี่ยม และใช้ศิลปะการต่อสู้หลากหลายรูปแบบเพื่อเอาชนะเหนือคู่ต่อสู้อย่างเด็ดขาด

นอกฤดูการท่องเที่ยว หมายถึง ระยะเวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงตุลาคมซึ่งเป็นช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อย

นักท่องเที่ยวชาวตะวันตก หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาจากทางซีกโลกตะวันตกอันได้แก่ ยุโรป อเมริกา ออฟริกา เป็นอาทิ

นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 4 สัญชาติประกอบด้วย สัญชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การทำวิจัยครั้งนี้คาดว่าจะได้รับผลนอกเหนือจากประโยชน์ที่พึงได้รับตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. พื้นที่อันดามันได้ฟื้นฟูมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ และนำมาเป็นทรัพยากรเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของท้องถิ่นให้เจริญก้าวหน้าสืบไป
2. พื้นที่อันดามันได้ทิศทางการพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมตลอดจนวิถีชีวิตดั้งเดิมของท้องถิ่น
3. พื้นที่อันดามันได้ยกระดับมาตรฐานการจัดการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องให้สูงขึ้น
4. พื้นที่อันดามันได้แนวทางในการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกันอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์อย่างสูงสุด
5. สถาบันหรือหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในภาพรวม

บทที่ 2

เอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทำวิจัยเรื่องมวยไทยในฐานะนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกพดูการท่องเที่ยวเหนือพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อประโยชน์ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และหลักการที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ภูมิหลังอันดามันกับมุมมองของนักท่องเที่ยว

2.1.2 ภาพฉายของธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในประเทศไทย

2.1.3 การจัดการการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ให้ประสบความสำเร็จ

- 1) การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)
- 2) การจัดการท่องเที่ยวโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม (Cooperation)
- 3) การจัดการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวแบบฉบับของอันดามัน (ZEASSPA) และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว

2.2 รายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และหลักการที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ภูมิหลังอันดามันกับมุมมองของนักท่องเที่ยว

ภาคใต้ประกอบไปด้วยจังหวัดน้อยใหญ่รวมทั้งสิ้น 14 จังหวัด นับตั้งแต่จังหวัดชุมพรลงไปจนถึงจังหวัดยะลา ซึ่งเป็นจังหวัดที่อยู่ใต้สุดติดชายแดนประเทศมาเลเซีย พื้นที่โดยทั่วไปเป็นแผ่นดินแคบทอดยาวจากเหนือลงไปใต้ มีทะเลขนานอยู่ 2 ด้านคือ มหาสมุทรอินเดีย บริเวณทะเลอันดามันอยู่ทางฝั่งตะวันตก และมหาสมุทรแปซิฟิก ตรงบริเวณทะเลจีนตอนที่เป็นอ่าวไทย อยู่ทางฝั่งตะวันออก ฝั่งทะเลทั้ง 2 ด้านยาวทั้งสิ้น 1,672 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 70,715.076 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 44.19 ล้านไร่ คิดเป็นร้อยละ 13.78 ของพื้นที่ทั้งประเทศ สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุม (ประมาณ เทพสงเคราะห์ , 2541 : 47 – 51) และเมื่อพูดถึงการท่องเที่ยวแล้ว จังหวัดที่ได้รับการขนานนามว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีอยู่ 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกระบี่ พังงา ภูเก็ต ระนอง และสุราษฎร์ธานี

ชายฝั่งทะเลของไทย โดยเฉพาะชายฝั่งทะเลอันดามัน ซึ่งเป็นที่ตั้งของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นบริเวณที่มีสภาพธรรมชาติที่งดงามแห่งหนึ่งของโลก ประกอบไปด้วยหาดทรายขาว น้ำทะเลใส โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้ชื่อว่าเป็นบริเวณที่มีประกายรังสวยงามที่สุด มีซากฟอสซิลซึ่งทับถมกันเป็นเวลานานหลายล้านปี เช่นสุสานหอยที่บ้านแหลมโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ สิ่งเหล่านี้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้มาเยี่ยมชมตลอดปี ถัดจากชายฝั่งออกไปจะมีเกาะน้อยใหญ่จำนวนมาก ประมาณ 500 กว่าเกาะที่ใหญ่ที่สุดคือเกาะภูเก็ต ซึ่งเป็นที่ตั้งของจังหวัดภูเก็ต เกาะลันตา ซึ่งเป็นที่ตั้งของอำเภอเกาะลันตา และเกาะพีพี ซึ่งตั้งอยู่ที่อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ (วรรณ วลัยวานิช, 2539 : 189)

จังหวัดกระบี่อยู่ห่างกรุงเทพประมาณ 814 กิโลเมตร ตัวเมืองขนานไปกับแม่น้ำกระบี่ ยาวประมาณ 5 กิโลเมตร ทอดยาวไปตามฝั่งมหาสมุทรอินเดีย มีอาณาเขตทิศเหนือจดอำเภอพระแสง จังหวัดสุราษฎร์ธานี และอำเภอทับปุด จังหวัดพังงา ทิศใต้จดจังหวัดตรัง ทิศตะวันออกจดจังหวัดนครศรีธรรมราช ทิศตะวันตกจดอำเภอภูเก็ต มีเนื้อที่ประมาณ 4,708 ตารางกิโลเมตร สภาพพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบและเนินต่ำสูง อุดมสมบูรณ์ไปด้วยป่า น้ำ และแร่ธาตุลิกไนต์เป็นจำนวนมาก ส่วนจังหวัดพังงาจะอุดมไปด้วยแร่ดีบุก ล้อมรอบไปด้วยภูเขา พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาสลับซับซ้อน มีที่ราบน้อยมาก มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 4,170.9 ตารางกิโลเมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพประมาณ 788 กิโลเมตร อาณาเขตติดต่อกับจังหวัดระนอง ทิศใต้จดจังหวัดภูเก็ต ทิศตะวันออกจดจังหวัดกระบี่และสุราษฎร์ธานี ทิศตะวันตกจดมหาสมุทรอินเดีย สำหรับจังหวัดภูเก็ตจะมีลักษณะโดดเด่นเมื่อเปรียบเทียบกับอีก 2 จังหวัดที่กล่าวมา คือเป็นเกาะใหญ่นาน้ำมหาสมุทรอินเดีย อยู่ห่างจากกรุงเทพประมาณ 862 กิโลเมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพประมาณ 862 กิโลเมตร เป็นจังหวัดที่มีแร่ดีบุกมากที่สุดในประเทศไทย ชายฝั่งทะเลอุดมไปด้วยสัตว์น้ำนานาชนิด ลักษณะของพื้นที่ที่ประกอบชายทะเล และภูเขาสลับซับซ้อน มีที่ราบเป็นตอน ๆ ล้อมรอบไปด้วยเกาะเล็กเกาะน้อยอีกประมาณ 39 เกาะ เฉพาะที่เป็นพื้นที่ ราบประมาณ 543 ตารางกิโลเมตร ส่วนยาวที่สุดวัดจากเหนือจดใต้ 48 กิโลเมตร และส่วนกว้างที่สุด 21 กิโลเมตร มีอาณาเขตทิศเหนือจดท้องทะเลจังหวัดพังงาตรงช่วงปากพระ ซึ่งกว้างประมาณ 490 เมตร มีสะพานสารสินเชื่อมระหว่างท่าฉัตรชัยจังหวัดภูเก็ตกับท่าขุนของจังหวัดพังงายาว 660 เมตร เป็นสะพานจริง 360 เมตร ทิศใต้จดทะเลอันดามัน (ประชา ผาทอง, 2543 : 179-185)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันประกอบไปด้วยจังหวัดซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ติดอันดับโลกถึง 3 จังหวัด อันได้แก่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นพื้นที่ที่ประกอบไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามอุดมสมบูรณ์ไปด้วยปัจจัยของการท่องเที่ยวชายทะเลอันได้แก่ ทะเล หาดทราย และแสงอาทิตย์ สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเข้ามาสู่พื้นที่ไม่ขาดสาย และที่ได้ชื่อว่ามีอันดามันก็เพราะว่า ทั้ง 3 จังหวัดมีพื้นที่

ติดต่อกันเป็นรูปสามเหลี่ยมสวยงาม เอื้อประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่พึงมีพึงเป็นสำหรับมวลมนุษยชาติร่วมกัน

(รายาคิต เต็งกูสุลัยมาน, 2550 : 3) และเมื่อพูดถึงศักยภาพของโครงสร้างพื้นฐานของกลุ่มจังหวัดอันดามันแล้วก็ไม่ต่างจากเมืองท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่นแต่ที่โดดเด่นและถือว่าเป็นจุดขายก็คือกลุ่มจังหวัดอันดามันประกอบไปด้วยเส้นทางคมนาคมหลากหลายทั้งทางน้ำ ทางบก ทางอากาศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคมนาคมทางอากาศนั้นไม่เป็นสองรองใคร กล่าวคือเป็นที่ตั้งของสนามบินนานาชาติคอยรับส่งผู้โดยสารถึง 2 แห่งคือสนามบินนานาชาติภูเก็ท และสนามบินนานาชาติกระบี่ซึ่งอยู่ในตัวเมืองง่ายและสะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว (สำนักงานจังหวัดกระบี่, 2547 : 45-46) นอกจากนี้กลุ่มจังหวัดอันดามันยังพรั่งพร้อมด้วยสถานพยาบาลที่มีมาตรฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของภาครัฐโดยกระทรวงสาธารณสุขซึ่งมีกลุ่มวิชาชีพอันมีแพทยสภาเป็นอาทิกอควบคุมดูแล ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001 Version 2000 ถึง 2 โรงพยาบาล สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นปัจจัยที่เสริมสร้างความน่าเชื่อถือและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในอันดามันอย่างไม่ขาดสาย (วัชรวิ หิรัญพันธ์ และคณะ อ่างถึงใน เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2550 : 78)

สายฝน ยวนแหล และคณะ (อ่างถึงใน เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2550 : 82-89) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวในภูเก็ต พังงา และกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาในกลุ่มจังหวัดอันดามันส่วนใหญ่เป็นโสด และมีปัจจัยจูงใจที่สำคัญคือ การพักผ่อน การท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ ของอันดามันตามข้อมูลในนิตยสาร สิ่งตีพิมพ์ต่าง ๆ และอินเทอร์เน็ต และมักจะนิยมเข้ามาเป็นกลุ่มตั้งแต่ 4 คนขึ้นไปในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ตลอดจนช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยจะใช้เวลาประมาณ 2-6 วัน และใช้เวลาพำนักอยู่ในกลุ่มจังหวัดอันดามันประมาณ 4 วัน และเมื่อพิจารณาถึงรายละเอียดพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาในกลุ่มจังหวัดอันดามันนิยมพักในรีสอร์ทรับประทานอาหารเช้า ว่ายน้ำ เล่นกอล์ฟ เข้าร่วมกิจกรรมผจญภัย ทักนาคจร ซอบปิ้ง และส่วนใหญ่มักจะใช้บริการบริษัทนำเที่ยว และต่างพูดเป็นเสียงเดียวกันว่า ที่เข้ามาในกลุ่มจังหวัดอันดามันก็เพราะกลุ่มจังหวัดดังกล่าวมีธรรมชาติที่สมบูรณ์สวยงาม และเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะใช้เวลาวางแผนเพื่อท่องเที่ยวในอันดามัน ประมาณ 1 – 6 เดือน และใช้ชีวิตในพื้นที่โดยเฉลี่ยจังหวัดละ 1-14 วันโดยเน้นเรื่องการพักผ่อน เยี่ยมชมสถานที่ที่น่าสนใจ รับประทานอาหารเช้า อาบแดด ว่ายน้ำ ซอบปิ้ง นวดและสปา ดำน้ำ ท่องเที่ยวแบบผจญภัย ท่องเที่ยวในท้องถิ่น ส่วนแรงบันดาลใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาใช้ชีวิตในอันดามันคือความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ ฝันป่าที่อุดมสมบูรณ์ สภาพอากาศดี และทำเลที่ตั้งดี นอกจากนี้รายาคิต เต็งกูสุลัยมาน (2548 : 91 – 92) ยังได้ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อเสริมสร้างสุขภาพ และกีฬาเพื่อสร้างทักษะทางสังคมในระดับสูง ส่วนป

ระเทศกีฬานั้นต้องการหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬาประเภทศิลปะป้องกันตัวแบบไทยอันมีมวยไทย กระบี่กระบอง ฟันดาบ เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากนักทอ่งที่เี่ยวมองว่าพื้นที่อันดามันมีความพร้อมทางด้านกายภาพ มีบุคลากรด้านกีฬาที่มีความรู้ความสามารถ มีสวัสดิการและสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน

2.1.2 ภาพฉายของการดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน สังคมศิลปวัฒนธรรม และประเพณีไว้อย่างเต็มสมบูรณ์ ที่สำคัญก็คือมีอารยธรรมและวิถีในการดำเนินชีวิตที่โดดเด่นและมีลักษณะเฉพาะของตนเอง สิ่งเหล่านี้ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่วิเศษสามารถนำเสนอต่อสายตาชาวโลกได้ และถ้าพูดถึงวัฒนธรรมการละเล่นพื้นบ้านซึ่งหมายรวมถึงกีฬาพื้นเมืองที่เป็นที่นิยมของนักทอ่งเี่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีอยู่ 4 ชนิด คือ กีฬามวยไทย กีฬาชนวัว กีฬาชนไก่ และการแข่งขันนกเขาชวาเสียง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2537) โดยเฉพาะกีฬามวยไทยเป็นกีฬาประจำชาติของไทยซึ่งได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งในหมู่ชาวไทยและชาวต่างประเทศ (แปลก พนาลีกุล และ ปรีชา ตั้งใจ, 2542 : 10)

มวยไทยเป็นการละเล่นพื้นบ้านและศิลปะป้องกันตัวประเภทหนึ่งโดยใช้อวัยวะส่วนที่สามารถใช้ทำอันตรายคู่ต่อสู้ได้มาใช้ชกอย่างชาญฉลาด และมีศิลปะอย่างสูง เช่น หมัด ศอก เขน เท้า เข้ง และเข่า เป็นต้น มวยไทยถูกนำมาใช้ประโยชน์อย่างจริงจังในหมู่ทหาร เพราะในประวัติศาสตร์ชาติไทยที่ต้องเผชิญกับศึกสงครามมาโดยตลอด จึงต้องฝึกฝนไว้ให้เชี่ยวชาญเพื่อใช้ในการต่อสู้ มีการจัดตั้งสำนักมวยขึ้นฝึกสอนกันโดยทั่วไป ในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีผู้ที่ชื่อเสียงโด่งดังในเชิงมวยไทย จนเป็นที่เลื่องลือมาจนถึงปัจจุบัน คือนายขนมต้มที่สามารถใช้วิชามวยไทยเอาชนะศัตรูได้เป็นจำนวนมาก แม้แต่พระมหากษัตริย์ของไทยบางพระองค์ในสมัยอยุธยา ก็ทรงโปรดปราน และมีความสามารถในวิชามวยไทย เช่น พระเจ้าเสือ หรือ ขุนหลวงสรศักดิ์ เป็นต้น ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้ทรงส่งเสริมวิชามวยไทยให้แพร่หลายยิ่งขึ้น โดยได้ทรงจัดให้มีการแข่งขันชกมวยไทยการกุศล เพื่อเก็บรายได้ไปบำรุงกองเสือป่าขึ้นที่เวทีมวยโรงเรียนสวนกุหลาบ เมื่อ พ.ศ. 2463 การชกมวยไทยเป็นการชกด้วยหมัดเปล่าๆ ต่อมาเมื่อมีการแข่งขันก็ได้มีการคาดเชือกที่มือ และในระยะต่อมาจึงใช้สวมนวมแทนแบบมวยสากล (สมศักดิ์ ศิริอนันต์, 2546 : 3-8)

ปัจจุบันมวยไทยได้กลายเป็นกีฬาอาชีพโดยสิ้นเชิงเฉพาะในกรุงเทพมหานคร มีการแข่งขันเป็นประจำเกือบทุกวันๆ ละ 2 รอบก็มี สำหรับการควบคุม มวยอาชีพขึ้นอยู่กับกฎข้อบังคับของกระทรวงมหาดไทยที่มีไซ่อาชีพก็มีเพียงการฝึกสอนในสถาบันการพลศึกษาเท่านั้น ทั้งนี้เพื่อมิให้

ศิลปะมวยไทยสูญหายไปและเพื่อรักษาไว้ซึ่งการกีฬาประจำชาติ และเป็นที่น่าสังเกตว่านักทอญที่เดินทางมาประเทศไทยมักจะหาโอกาสไปชมการแข่งขันมวยไทย ทั้งนี้เพราะมวยไทยเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์มีแบบแผนในการชกที่สง่างาม แต่ก็แฝงไว้ด้วยความแข็งแกร่งและพิษสงรอบด้าน ด้วยเหตุนี้จึงมีนักทอญชาวต่างชาติทั้งยุโรปและอเมริกาจำนวนหนึ่งสนใจเรียนมวยไทยกันมาก ในขณะที่เดียวกันก็มีคนไทยจำนวนหนึ่งได้เปิดสอนกีฬามวยไทยในประเทศที่ตนเองไปอาศัยอยู่นั้น นอกจากนี้ยังมีการจัดการแข่งขันมวยไทยโดยคนไทยในต่างประเทศ เช่นที่ประเทศอังกฤษ อเมริกา แคนาดา เนเธอร์แลนด์ ญี่ปุ่น เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นดัชนีชี้ให้เห็นว่ากีฬามวยไทยเป็นกีฬาที่อยู่ในความสนใจของชาวโลกมาโดยตลอด (สนธิเดช ชายกุล และคณะ, 2549 : 7-9)

อย่างไรก็ตามเพื่อให้การจัดและบริหารกีฬาที่พามวยไทยในฐานะที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างหนึ่งประสบความสำเร็จอย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสามารถแข่งขันกับศิลปะการต่อสู้สมัยใหม่อย่างมวยเควิน (K-1) และการต่อสู้แบบไร้ขีดจำกัด (Ultimate Fighting) จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ อันได้แก่คุณภาพผลิตภัณฑ์คือเป็นมวยไทยของแท้ชกอย่างสมศักดิ์ศรีลูกผู้ชายไทยไม่สวมหมวกไม่ล้มมวย (รายาศิต เติงกุสุลย์มาน, 2550 : 97) ทำเลของสนามแข่งขันซึ่งสามารถเลือกได้ 2 ทางคือทางเลือกที่ 1 นำผลิตภัณฑ์ไปเสนอนักท่องเที่ยวในเวที ๆ เขาพึงปรารถนาจะใช้ชีวิต เช่นบริเวณชายหาดเป็นต้นส่วนทางเลือกที่ 2 นำนักทอญไปยังแหล่งกีฬาในชุมชน เพื่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชนตามวิถีทางของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่สมบูรณ์แบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเป็นการจัดและบริหารเชิงบูรณาการที่เกิดจากการเกี่ยวเนื่องกันระหว่างวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง (จตุพงษ์ ต้นอู๋ และคณะ, 2549) นอกจากนี้จะต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณแห่งกีฬา อันได้แก่ที่นั่งชมการแข่งขัน ร้านอาหารและเครื่องดื่มตลอดจนของใช้ที่จำเป็นอื่น ๆ นอกจากนี้จะต้องปรับถนนหนทางให้สะดวกแก่การเดินทางสัญจรไปมา ที่สำคัญคือต้องจัดระบบการรักษาความปลอดภัยให้เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับใจของนักทอญที่เข้าร่วมชมการแข่งขันให้ร่วมรื่นสวยงาม ตลอดจนจัดหาบุคลากรหรือผู้นำเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านพื้นที่และวัฒนธรรมเป็นอย่างดี (ธีรภูฏ ก๊กใหญ่ และคณะ, 2549)

นอกจากนี้การนำเสนอกีฬาพื้นเมืองในรูปแบบที่เหมาะสมจะเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีพลังสามารถดึงดูดใจนักทอญจากทั่วทุกมุมโลกในพื้นที่ไม่แพ้การท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวความคิดของ ยุวดี เสตสุวรรณ (2544 : 364) ที่ว่า ประเพณีและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดใจนักทอญให้เข้ามาสู่ท้องถิ่นได้อย่างต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด และ จรวัย แก่นวงษ์คำ (2546 : 6) ยังได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับกีฬาพามวยไทยในฐานะที่เป็นกีฬาพื้นเมืองว่า มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ประจำชาติไทยที่ชาวต่างประเทศให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการที่นักทอญที่เข้ามาในประเทศไทยก็จะไม่ยอมพลาดโอกาสที่จะไปชมการแข่งขันมวยไทย ทั้งนี้เพราะมวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้

ที่แปลกที่สุดในโลก และยิ่งไปกว่านั้นนักมวยไทยยังได้เคยเดินทางไปแสดงศิลปะมวยไทย ในต่างประเทศหลายครั้งจนเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั่วไป ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่ากีฬามวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ทรงคุณค่าควรแก่การนำเสนอต่อสายตาชาวโลกโดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยปีหนึ่งหลายล้านคน และเพื่อให้การดำเนินธุรกิจมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างเหมาะสม กล่าวคือเป็นที่ถูกตาต้องใจของชาวต่างชาติ จึงขอเสนอ คำถามยอดนิยมที่เกิดขึ้นบ่อยในหมู่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาติยุโรปที่ชื่นชมและประสงค์จะเข้าร่วม กิจกรรมฝึกซ้อม แข่งขัน ตลอดจนศึกษาศิลปะวิทยาต้านมวยไทย (Delp, 2004 : 151 - 166) ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวในการจัดและบริหารการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยของพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน ดังต่อไปนี้

1. ประเทศไทยปลอดภัยไหมและเคยมีใครประสบอันตรายขณะเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยหรือไม่
2. ผู้หญิงสามารถเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยหรือไม่และมีข้อกำหนดเกี่ยวกับอายุอย่างไร
3. ขณะฝึกซ้อมและแข่งขันกีฬามวยไทยรู้สึกร้อนมากไหม
4. อาการเจ็บป่วยที่คาดว่าจะเกิดขึ้นขณะเข้าร่วมกิจกรรมกีฬามวยไทยมีหรือไม่อย่างไร
5. เงื่อนไขและการเตรียมตัวสำหรับเข้าร่วมฝึกฝนกีฬามวยไทยมีหรือไม่อย่างไร
6. ความสามารถในการพูดภาษาไทยจำเป็นสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมฝึกซ้อมกีฬามวยไทยหรือไม่
7. ต้องใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยเพื่อฝึกฝนกีฬามวยไทยนานเท่าไร
8. สถานที่สำหรับฝึกซ้อมกีฬามวยไทยอยู่ที่ไหนและสิ่งจูงใจอย่างไร
9. ค่าใช้จ่ายในการฝึกซ้อมกีฬามวยไทยเป็นอย่างไร
10. ผู้ที่สำเร็จตามหลักสูตรแล้วสามารถเข้าร่วมแข่งขันกีฬามวยไทยหรือไม่และค่าตอบแทนเป็นอย่างไร

นอกจากนี้เดลป์ยังได้เสนอข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวได้เตรียมตัวและพร้อมที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกีฬามวยไทยด้วยความสุขใจและเปี่ยมไปด้วยความหวัง จึงควรให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางและการใช้ชีวิตในประเทศไทยที่จำเป็นและสำคัญคือ 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเทศไทย 2) ข้อมูลเกี่ยวกับหนังสือเดินทางและการขอเอกสารประทับตรา (Visa) 3) แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทยที่มีอยู่ในต่างประเทศ 4) ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมาย ข้อบังคับ และจารีตประเพณีของไทย 5) บริการด้านการรักษาพยาบาล 6) อันตรายและอาการบาดเจ็บที่อาจเกิดขึ้น 7) แนวทางการประพฤติปฏิบัติตนขณะที่ใช้ชีวิตอยู่ในประเทศไทย และ 8) ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องใช้และของจำเป็นส่วนตัว เช่น เสื้อผ้า ยาแก้ท้องร่วง ยาพอกันแมลง ครีมกันแดด

บัตรเครดิต เช็คเดินทาง ที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ของหน่วยงานที่สำคัญ สำเนาเอกสารเกี่ยวกับหนังสือและตั๋วเดินทาง พินยางสำหรับการฝึกซ้อมและแข่งขันกีฬามวยไทย เป็นต้น

2.1.3 การจัดการการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ให้ประสบความสำเร็จ

1) การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

การจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญประการหนึ่ง คือให้มีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวคือการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวจะต้องระมัดระวังเป็นพิเศษเกี่ยวกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นแก่สภาพแวดล้อมของทรัพยากรเชิงท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างประหยัดและคุ้มค่ามากที่สุด ในที่นี้ขอกล่าวถึงตัวชี้วัดที่บ่งบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวกับอนุรักษ์กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน 4 ประการคือ ประการที่ 1 กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวจะต้องกระตุ้นและส่งเสริมให้ชุมชนตระหนักและเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทำให้ทรัพยากรและสภาพแวดล้อมธรรมชาติมีความสมบูรณ์ทุกด้านและมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ อาจจะทำได้โดยการอนุรักษ์ต้นไม้ ลำธาร นก ปลา ตลอดจนกล้วยไม้ ปรง และเฟิร์น ประการที่ 2 กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวกับอนุรักษ์จะต้องสร้างอาชีพและรายได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องให้เกิดความเป็นธรรมในการกระจายรายได้แก่มวลสมาชิกของชุมชนอย่างทั่วถึง ประการที่ 3 กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวกับอนุรักษ์จะต้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้เกิดโครงการพัฒนาชุมชนเพื่อเป็นการช่วยเหลือสมาชิกของชุมชนอยู่ดีมีความสุขถ้วนหน้า ประการที่ 4 กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวกับอนุรักษ์ต้องส่งเสริมให้ชุมชนเกิดการเรียนรู้วิถีการดำเนินชีวิตทุกด้านโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่ถูกต้องทั้งในแง่ของขนบธรรมเนียมประเพณี ประสพการณ์ที่เป็นเครื่องมือของการดำเนินชีวิต เช่นแนวทางในการจัดและบริหารการเงินและบัญชี การอบรมด้านภาษา การพัฒนาฝีมือแรงงาน ตลอดจนการพัฒนาบุคลิกภาพของคนในชุมชนให้สามารถรองรับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวชุมชนให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย (Jackson and Weed, 2003 : 94)

อย่างไรก็ตามเพื่อให้การจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวเป็นไปตามหลักการของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างแท้จริงควรคำนึงถึงปัจจัยซึ่งเป็นหลักของการจัดการท่องเที่ยวดังกล่าว 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยที่ 1 ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว หมายความว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องมีศักยภาพที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปร่วมกิจกรรมกีฬาทั้งในแง่ของสุขภาพและการแข่งขัน ปัจจัยที่ 2 ปัจจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว หมายความว่า ทรัพยากรเชิงท่องเที่ยวต้องมีความสำคัญและเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกิดคุณค่าและประโยชน์ต่อการอนุรักษ์

สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ปัจจัยที่ 3 ปัจจัยด้านธุรกิจการท่องเที่ยว หมายความว่า ผู้ประกอบธุรกิจด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีผลิตภัณฑ์หลากหลายทั้งในแง่จำนวนและประเภทไว้บริการ และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เลือกกิจกรรมด้วยความสมัครใจ ปัจจัยที่ 4 ปัจจัยด้านจิตสำนึกด้านการท่องเที่ยว หมายความว่า นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวต้องมีความเข้าใจเหตุผลและความจำเป็นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติและพร้อมที่จะปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างดีที่สุด ปัจจัยที่ 5 ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน หมายความว่า ชุมชนต้องมีโอกาสในการจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ที่พึงเกิดขึ้น ทั้งนี้เพื่อลดความขัดแย้งและผลกระทบอันจะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม ประการที่ 6 ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว หมายความว่า นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวต้องตระหนักและคำนึงถึงประโยชน์ตลอดจนข้อเสียของการจัดการท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน (Jackson and Glyptis, 1992 : 168)

2) การจัดการท่องเที่ยวโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม (Cooperation)

การจัดและบริหารการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม เป็นรูปแบบการจัดและบริหารงานที่เกิดขึ้นมาพร้อม ๆ กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งมีหลักการที่สำคัญ 2 ประการคือ การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และการประสานประโยชน์ในการใช้ทรัพยากรเชิงท่องเที่ยวในพื้นที่ร่วมกัน สำหรับการบริหารจัดการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวนั้น ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมดำเนินการ ตั้งแต่เริ่มต้น กล่าวคือเริ่มตั้งแต่การศึกษาปัญหา การวางแผนและโครงการในการแก้ปัญหาและพัฒนา การปฏิบัติงานตามแผน และการติดตามประเมินผลโครงการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้เขาเหล่านั้นได้มีโอกาสปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าบ้านในการต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรี อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวตลอดเวลาที่พำนักอยู่ในพื้นที่ (Getz, 2003 : 119) ที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือคอยควบคุมดูแลไม่ให้เกิดการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวในการขายสินค้าและบริการต่าง ๆ นอกจากนี้ชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาและทำนุบำรุงสภาพแวดล้อมให้คงความเป็นธรรมชาติ บังคับกันไม่ให้เกิดมลภาวะในพื้นที่ จัดระเบียบและดูแลความเรียบร้อยของโครงสร้างพื้นฐานอันได้แก่ที่พัก ร้านอาหาร ที่จอดรถ และห้องสุขาเป็นต้น และที่จะละเว้นเสียไม่ได้ก็คือการดูแลความหลากหลายทางชีวภาพของสิ่งมีชีวิต ตลอดจนอนุรักษ์พันธุ์พืช สัตว์ป่าวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ให้คงอยู่กับชุมชนอย่างเต็มศักยภาพต่อไป (Fraser, 1998 : 29 - 35)

สำหรับการประสานประโยชน์ที่พึงมีพึงเป็นร่วมกัน นับว่าเป็นหลักการสำคัญที่ทุกฝ่ายจะต้องตระหนักและปฏิบัติอย่างเป็นมรรคเป็นผลและถูกต้องยุติธรรม อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิด

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรจะกระตุ้นให้ชุมชนได้ดำเนินกิจกรรมและได้รับประโยชน์ในฐานะเจ้าบ้านที่เกิดมาเพื่อพัฒนาถิ่นที่อยู่ของตนอย่างแท้จริง ซึ่งพอจะสรุปได้ 7 ประการคือ ประการที่ 1 ส่งเสริมให้ชุมชนรวมตัวประกอบธุรกิจนำเที่ยวในรูปของห้างหุ้นส่วนหรือบริษัทถูกต้องตามระเบียบและกฎหมาย ประการที่ 2 สนับสนุนให้ชุมชนนำผลิตภัณฑ์และหัตถกรรมของท้องถิ่นมาวางขายในรูปของศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นบ้านและของที่ระลึก ประการที่ 3 กระตุ้นให้ชุมชนลงทุนทำธุรกิจร้านอาหารที่มีคุณภาพ โดยเน้นความสะอาดและหลักอนามัย ประการที่ 4 ส่งเสริมให้ชุมชนดำเนินธุรกิจร้านขายยา เช่า และซ่อมอุปกรณ์กีฬาและอื่น ๆ เช่นจักรยานและมอเตอร์ไซด์ ประการที่ 5 สนับสนุนให้ชุมชนเป็นผู้นำเที่ยวท้องถิ่น (Local Guide) ในฐานะที่เป็นผู้คุ้นเคยและชำนาญพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นผู้ที่รักและหวงแหนทรัพยากรท้องถิ่นในฐานะที่เป็นเจ้าบ้านผู้รับประโยชน์โดยตรง แต่ทั้งนี้ต้องเปิดโอกาสให้เขาเหล่านั้นได้เรียนรู้และก่อเกิดประสบการณ์จนได้รับใบอนุญาตให้ประกอบอาชีพภาคีตามกฎหมาย ประการที่ 6 เปิดโอกาสให้ชุมชนได้ดำเนินธุรกิจด้านศูนย์สถิติและสอนทักษะกีฬาเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวผู้สนใจ ประการที่ 7 สนับสนุนให้คนในชุมชนได้ทำงานในฐานะแรงงานในสถานประกอบการต่าง ๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ตัวอย่างเช่น พนักงานร้านอาหาร พนักงานโรงแรม และพนักงานของบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น (Stewart, 1993 : 1-7)

3) การจัดการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวแบบฉบับของอันดามัน (ZEASSPA) และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้การจัดการมวยไทยในฐานะกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน จึงใคร่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวแบบฉบับอันดามัน (Andaman Sports Tourism Management Model-ZEASSPA) หรือเรียกอย่างย่อว่า “ซีเอสปา” ของ รยาชาติ เต็งกุสุลย์มาน (2550 : 170 – 173) นักวิจัยด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามัน ซึ่งได้อาศัยหลักการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเป็นข้อพิจารณาในการกำหนดปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว 7 ด้าน คือ ด้านการจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว (Zoning) ด้านการจัดสิ่งแวดล้อม (Environment) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ด้านการรักษาความปลอดภัย (Safety) ด้านการจัดบุคลากร (Personnel) และด้านการจัดกิจกรรม (Activity) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านการจัดระเบียบแหล่งกีฬา กีฬาพื้นเมืองถือว่าเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่ก่อเกิดมาจากกระบวนการทางปัญญาที่สั่งสมกันมาหลายชั่วอายุคน แต่น่าเสียดายที่ปัจจุบันมรดกทางวัฒนธรรมเหล่านี้ได้ลดน้อยด้อยค่าลงเนื่องจากเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งกีฬาพื้นเมืองกลายเป็นเพียงส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่ได้ทำหน้าที่รับใช้วงการท่องเที่ยว

ด้วยดีมาโดยตลอด ดังจะเห็นได้จากการนำกีฬาพื้นเมือง เช่น มวยไทยไปแสดงโชว์ให้นักท่องเที่ยวชมในโรงแรมและสถานที่ต่าง ๆ

อย่างไรก็ตามเพื่อให้การจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันประสบความสำเร็จอย่างดียิ่งและยั่งยืนต้องคิดใหม่ทำใหม่ไปจากรูปแบบเดิม กล่าวคือให้วัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวค้าจูนและส่งเสริมซึ่งกันและกัน นั่นก็หมายความว่าต้องผันนักท่องเที่ยวให้เข้าไปสู่ชุมชนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมและชมกีฬาพื้นเมืองให้มากขึ้น หรือจะพูดอีกนัยหนึ่งก็คือถ้านักท่องเที่ยวประสงค์จะดูการชกมวยไทยก็ต้องเดินทางไปค่ายมวย ในทำนองเดียวกันถ้าประสงค์จะดูการชนวัวก็ต้องเดินทางไปที่สนามชนวัว หรือประสงค์อยากจะได้ดูการแข่งขันนกเขาชวาเสี่ยงก็ต้องไปสนามแข่งขันนกเขาเป็นต้น แต่ทั้งนี้ต้องแบ่งและจัดเส้นทางท่องเที่ยวให้เหมาะสม และเป็นที่ยึดดูใจนักท่องเที่ยว ส่วนจะเป็นไปได้ขนาดไหนนั้นก็คงต้องขึ้นอยู่กับการวางแผนและลงมือปฏิบัติจริง แต่สิ่งหนึ่งที่ควรคำนึงถึงก็คือจะให้เขาดูอะไร อยู่ในขอบเขตแค่ไหน การพนันซึ่งเป็นของคู่กันกับกีฬานั้นจะทำอย่างไร และถ้าจะถือว่าทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นขณะนั้นเป็นเรื่องของวิถีชีวิตที่น่าจะนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่งตามที่เห็นสมควร

เหนือสิ่งอื่นใดจากทั้งหมดก็คือต้องจัดการให้แหล่งกีฬาพื้นเมืองเหล่านั้นเป็นการปฏิบัติที่ชอบด้วยกฎหมาย และถ้าเป็นไปได้อาจจะจัดแบ่งแหล่งกีฬาพื้นเมืองเป็นโซนตามสภาพของชุมชนว่าถ้าจะไปชมการแข่งขันชกมวยไทยที่จังหวัดภูเก็ตต้องไปที่ใด และในทำนองเดียวกันถ้าจะไปชมการแข่งขันชนวัวที่จังหวัดพังงาจะต้องไปที่ใด และเมื่อไปแล้วนักท่องเที่ยวต้องไม่ผิดหวังอย่างน้อยที่สุดต้องมีสนามกีฬานั้น ๆ 4 ถึง 5 สนามให้นักท่องเที่ยวได้ชมและศึกษาอย่างตื่นตาตื่นใจ ที่สำคัญคือให้เกิดความรู้สึกว่าเป็นถิ่นของกีฬานั้นจริง ๆ และท้ายที่สุดก็จะกลายเป็นสัญลักษณ์ประจำชุมชนไปยกตัวอย่างเช่น เมื่อพูดถึงการชนไก่ที่จังหวัดกระบี่ก็ต้องนึกถึงอำเภอเขาพนมเป็นต้น

2. ด้านการจัดสภาพแวดล้อม ถึงแม้ว่ากีฬาพื้นเมืองจะมีความโดดเด่นและเสน่ห์ดึงดูดใจคนอยู่ในตัวอย่างเต็มเปี่ยมก็ตาม แต่สิ่งหนึ่งที่ควรคำนึงถึงก็คือการจัดการจัดภูมิทัศน์และภูมิสถาปัตยกรรมภายในและรอบ ๆ แหล่งกีฬาไม่ว่าจะเป็นอัฒจันทร์นั่งชมกีฬา อาคารประกอบต่าง ๆ ตลอดจนต้นไม้และดอกไม้ให้เข้ากับบรรยากาศของ กิจกรรม วัฒนธรรม และวิถีแห่งการดำเนินชีวิตของชุมชนอย่างลงตัว

3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่าน่าจะมีการปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอกีฬาพื้นเมืองให้กับนักท่องเที่ยวโดยการผันนักท่องเที่ยวให้เข้าไปในแหล่งกีฬามากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และเนื่องจากแหล่งกีฬาดังกล่าวส่วนใหญ่อยู่ในชุมชนที่อยู่ห่างไกลจากบริเวณที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยว ดังนั้นระบบการการเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องสำคัญ กล่าวคือต้องสามารถเดินทางไปและกลับได้อย่างสะดวกง่าย และปลอดภัย ซึ่งอาจจะเลือกปฏิบัติ

ได้ 2 ทาง คือให้บริษัทนำเที่ยวจัดรถบริการรับส่งในกรณีที่จัดนำเที่ยวแบบกลุ่ม อีกทางหนึ่งก็คือจัดมอเตอร์ไซค์ให้เช่าและรถประจำทางที่มีกำหนดการออกเดินทางทั้งไปและกลับจากแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและแน่นอนไว้บริการนักท่องเที่ยวที่ชอบผจญภัยและเดินทางโดยลำพัง ที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือการจัดทำป้ายบอกทางที่ชัดเจนและปรับปรุงถนนโดยเฉพาะเส้นทางที่แยกจากถนนสายหลักเพื่อเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน ปลอดภัย ร่มรื่นด้วยธรรมชาติสองข้างทาง นอกจากนี้อาจจะจัดทำศาลาพักร้อนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนและเปลี่ยนบรรยากาศตลอดจนศึกษาสิ่งที่น่าสนใจก่อนเดินทางไปถึงแหล่งกีฬา

4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากจะอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวแล้วควรมีการดำเนินการด้านอื่น ๆ เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวคือจัดเตรียมร้านอาหารที่มีคุณภาพ ร้านค้าสะดวกซื้อ ห้องน้ำที่สะอาด ตลอดจนมุมพักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยวซึ่งอาจจะทำเป็นซุ้มดอกเห็ดรอบ ๆ สนามแข่งขันก็ได้

5. ด้านการรักษาความปลอดภัย จากการศึกษาพบว่าความปลอดภัยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งที่ตั้งใจให้นักท่องเที่ยวให้เข้าไปยังแหล่งกีฬา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจัดระบบความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเข้าร่วมแข่งขันและชมกีฬาพื้นเมืองซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในชุมชนที่ห่างไกลอย่างเข้มแข็ง วิธีการหนึ่งที่ต้องค่าแก่การนำมาใช้ประโยชน์ก็คือ การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดและบริหารแหล่งท่องเที่ยว กล่าวคือให้มีส่วนในการคิด การวางแผน จนกระทั่งการติดตามประเมินผล ที่สำคัญก็คือให้เกิดการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะนำไปสู่ความรู้สึกเป็นเจ้าของ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน เกิดความรักและหวงแหนสิ่งต่าง ๆ ที่ได้ร่วมแรงร่วมใจสร้างขึ้นมา

อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดระบบการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพตามหลักการดังกล่าวในเชิงปฏิบัติจะต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่ายในรูปคณะกรรมการ โดยมีองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ประสานความร่วมมือคือ มีการจัดตั้งเวรยามรักษาการณ์ตลอดระยะเวลาที่มีกิจกรรม ขอกำลังเจ้าหน้าที่ตำรวจประจำสนามแข่งขันเพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ขอความอนุเคราะห์อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านช่วยกำกับดูแลเกี่ยวกับสุขภาพและอาการเจ็บป่วยของนักท่องเที่ยวที่อาจเกิดขึ้นได้ และในกรณีที่แข่งขันกีฬามวยไทยต้องมีแพทย์ประจำสนามตามระเบียบ นอกจากนี้ยังต้องดำเนินการเกี่ยวกับการปิดกั้นสนามแข่งขันให้แข็งแรงเพื่อป้องกันสัตว์ที่กำลังต่อสู้กันทำอันตรายนักท่องเที่ยวได้ อีกประการหนึ่งที่ต้องกำกับดูแลเป็นพิเศษคือการป้องกันสัตว์มีพิษต่าง ๆ เช่น งู ตะขาบ และแมลงป่อง เข้าไปในบริเวณสนามแข่งขัน ตลอดจนป้องกันสัตว์ประเภท ยุง รัน และหมัดไม่ให้รบกวนและสร้างความรำคาญ แต่ทั้งนี้ต้องเป็นวิธีที่ปลอดภัยต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยว

6. ด้านบุคลากร กีฬาพื้นเมืองเป็นกีฬาที่ก่อเกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและได้พัฒนาเป็นรูปแบบเป็นที่ยอมรับของสังคมในระดับหนึ่ง ดังนั้นในการจัดและบริหารกีฬาดังกล่าวต้องอาศัยผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์เฉพาะหรือที่เราเรียกว่ามืออาชีพเป็นผู้ดำเนินการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ตัดสินและผู้ชี้ขาดต้องมีความรู้ความสามารถเป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป และถ้าเป็นไปได้ควรเป็นคนในพื้นที่ที่ผ่านการอบรมและได้รับประกาศนียบัตรจากองค์กรวิชาชีพที่เป็นที่ยอมรับ เช่นผู้ตัดสินกีฬามวยไทยควรได้รับการแต่งตั้งหรืออย่างน้อยผ่านการฝึกฝนจากสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ผู้ตัดสินการแข่งขันนกเขาชวาเสียงต้องผ่านการอบรมของชมรมผู้เลี้ยงนกเขาชวาเป็นต้น นอกจากนี้ควรเตรียมการเกี่ยวกับเรื่องเล่าที่จะนำเสนอนักท่องเที่ยวตลอดจนเตรียมการเกี่ยวกับบุคลากรและผู้ดำเนินรายการที่มีความรอบรู้และเชี่ยวชาญกีฬาประเภทนั้น ๆ ที่สำคัญก็คือสามารถสื่อสารและบรรยายภาคภาษาอังกฤษ ตลอดจนภาษาอื่น ๆ ได้อย่างคล่องแคล่ว ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและติดตามกิจกรรมด้วยความสนุกสนานอย่างต่อเนื่องตลอดรายการ

7. ด้านกิจกรรม ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่ากีฬาพื้นเมืองก่อเกิดมาจากภูมิปัญญาซึ่งได้รับการพัฒนามาอย่างงดงามและต่อเนื่องจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นเนื้อหาสาระของกีฬาแต่ละประเภทยิ่งประกอบไปด้วยกรรมวิธี และวิถีแห่งการดำเนินชีวิตที่ครบวงจร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมกีฬาพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย อันได้แก่การสาธิตกรรมวิธีการเลี้ยงและการฝึกฝนกีฬาประเภท ชนไก่ ชนวัว และนกเขาชวาเสียง ตลอดจนการจัดการแข่งขันกีฬาดังกล่าวรวมทั้งกีฬามวยไทยซึ่งอาจจะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศผู้สนใจได้ประลองฝีมือและร่วมแข่งขัน นอกจากนี้ยังสามารถแสดงศิลปะแม่ไม้มวยไทยที่สง่างามให้นักท่องเที่ยวได้ชม ตลอดจนการฝึกสอนกีฬามวยไทยแก่ผู้สนใจทั่วไปอีกด้วย อย่างไรก็ตามเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและรู้สึกคุ้มค่ากับเวลาและการเดินทาง จึงควรจัดเส้นทางนำเที่ยว (Route) โปรแกรมการนำเที่ยว (Tour Package) และเรื่องเล่า (Story to Tell) ให้เหมาะสมและน่าสนใจ ซึ่งอาจจะนำประวัติศาสตร์ เกร็ดพงศาวดาร ตำนานความโดดเด่นซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของมวยไทย ตลอดจนสภาพแวดล้อมรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวมาประติขันธ์คิดค้นเป็นเรื่องราวเพื่อเล่าสู่นักท่องเที่ยวก็ได้ (วิจิต ยะลา และคณะ, 2552 : 36 – 37) และการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ก็ตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันกีฬามวยไทยต้องกระทำอย่างจริงจัง แสดงความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม และวิถีแห่งการดำเนินชีวิตออกมาอย่างเต็มภาคภูมิ สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึงก็คือกีฬาที่ใช้สัตว์ต่อสู้กันบางครั้งจะได้รับการประเมินคุณค่าโดยใช้หลักของศีลธรรมและมนุษยธรรมมาพิจารณาด้วย ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องที่จะต้องกำหนดขอบเขตในการนำเสนอกีฬาดังกล่าวให้เหมาะสมและเกิดภาพลักษณ์ที่งดงาม

นอกจากนี้ยังมีสิ่งสำคัญที่ควรนำมาพิจารณาก่อนเริ่มการดำเนินธุรกิจทุกครั้งก็คือ

แผนกลยุทธ์ด้านการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลักการที่ว่าด้วยส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้การประกอบธุรกิจนั้น ๆ ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สำหรับการประกอบธุรกิจทางการกีฬานั้น มัลลินและคณะ (Mullin et.al., 2000) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับ 5 พี ของส่วนผสมการตลาดทางการกีฬา (The Five Ps in The sport Marketing Mix) ไว้ว่าส่วนผสมการตลาดทางการกีฬาประกอบไปด้วยปัจจัยที่ควรแก่การพิจารณา 5 ประการ อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการกีฬา (Product) การกำหนดราคา (Price) สถานที่ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

การเลือกผลิตภัณฑ์นับว่าเป็นหัวใจของการประกอบธุรกิจด้านการกีฬาดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการที่จะต้องเลือกผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมและสอดคล้องกับภูมิรัฐและทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งมีหลายรูปแบบด้วยกัน อันได้แก่ สถาบันเรียนรู้และฝึกทักษะ สถานที่แข่งขันและแสดงความสามารถ การจำหน่ายวัสดุอุปกรณ์กีฬาและของที่ระลึก การผลิตเอกสารตำราด้านการกีฬา การผลิตสื่อสารมวลชนทางการกีฬา การจัดหาเที่ยวด้านการกีฬา การผลิตบุคลากรด้านการกีฬา ทั้งในแง่ของผู้ฝึกสอน ผู้เล่น ผู้ตัดสินและผู้จัดการกีฬา และบางครั้งอาจจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบบูรณาการอย่างครบวงจรก็ได้ แต่ทั้งนี้จะต้องคำนึงถึงสิ่งต่างตอบแทนผู้บริโภค ตลาดความเป็นไปได้ และโอกาสการขยายตัวของผลิตภัณฑ์ในอนาคตด้วย และพึงระลึกเสมอว่าชัยชนะจากการแข่งขันหรือความเป็นเลิศของทักษะจากการฝึกซ้อมไม่ใช่ทุกสิ่งทุกอย่างของความสำเร็จในการทำตลาดด้านกีฬา (Canham, 1975 : 56-65) อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะละเว้นไม่กล่าวถึงไม่ได้ คือ การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับมูลค่าที่ผู้บริโภคควรได้รับ และจากการศึกษาของนักการตลาดด้านกีฬาพบว่า ราคาตัวเข้าชมและเข้าร่วมกิจกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค รองลงมาคือประโยชน์และคุณค่าที่ได้รับ ความโด่งดังของตราหรือยี่ห้อ โอกาสในการเลือกอย่างหลากหลาย และบริการที่ได้รับตามลำดับ จึงอาจกล่าวได้ว่าราคาของผลิตภัณฑ์จะอยู่ไม่ไกลจากห้วงความคิดและจะเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคจะระลึกถึง (Nowell, 1995 : 40; Faircloth et al., 1995 : 13-21) ด้วยเหตุนี้ผู้ประกอบการจะต้องกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมโดยคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคซึ่งมักจะพิจารณาจากราคาที่กำหนดกับมูลค่าที่ได้รับ ซึ่งอาจจะเป็นความสะดวกสบาย ความงาม ความสะอาด ความช่วยเหลือ กำลังใจ ความปลอดภัย ความพร้อมประโยชน์ คุณภาพ ตลอดจนความคงทนถาวร เป็นต้น ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นสำคัญ (Chamberlain, 1997: 10) อย่างไรก็ตามเพื่อให้การกำหนดราคาเป็นมาตรฐานที่ใกล้เคียงกับมูลค่าของผลิตภัณฑ์นอกจากจะคำนึงถึงต้นทุนการผลิตแล้วยังต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ เช่น สถานการณ์ของการตลาด การแข่งขันด้านราคา กำไรสุทธิซึ่ง

หักล้างจากส่วนแบ่งและค่าเสียหายต่าง ๆ ตลอดจนความถี่ในการวางจำหน่ายและการออกตัวของผลิตภัณฑ์ (Magrath, 1991 : 5 -13)

สำหรับการทำการตลาดด้านกีฬานอกจากจะคำนึงถึงผลิตภัณฑ์และราคาแล้วยังต้องคำนึงถึงการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งส่วนใหญ่จะออกมาในรูปของการแบ่งปันกำไรคืนลูกค้าหรือที่เราพูดกันติดปากว่าการ ลด แลก แจก แถม ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจและรับรู้ผลิตภัณฑ์นั้นตลอดเวลา โดยการใช้เทคนิคแห่งความสำเร็จที่รู้จักในนามของ **AIDA Approach** ซึ่งเริ่มจากการเพิ่มการรับรู้ (**A : Increase Awareness**) สร้างความสนใจและผูกมัดใจ (**I : Attract Interest**) กระตุ้นให้เกิดความรักความชอบ (**D : Arouse Desire**) และปฏิบัติการซื้อผลิตภัณฑ์เหมือนเช่นเคย (**A : Initiate Action**) (Mullin et al., 2000 : 184 -185) อย่างไรก็ตามสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ด้วยการใช้กระบวนการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนสื่ออินเทอร์เน็ตและเวปไซด์ เป็นต้น และจากการวิจัยพบว่ามากกว่าร้อยละ 20 ของผู้บริโภคที่นิยมชมชอบด้านกีฬาพึงพอใจกับการคืนกำไรให้ลูกค้าโดยการลด แลก แจก แถม เกี่ยวกับรายการแข่งขันและการเรียนรู้ทักษะกีฬานั้น ๆ ให้กับสมาชิกในครอบครัวและกลุ่มเพื่อน (MLB, 1998) นอกจากนี้การตลาดจะต้องพิจารณาถึงข้อควรคำนึงที่ว่าด้วยความสำเร็จของการส่งเสริมการขาย (Sales Promotions) 3 ประการ คือ ประการที่ 1 กิจกรรมส่งเสริมการขายอาจจะบดบังความสำคัญของการโฆษณาแทนที่จะส่งเสริมซึ่งกันและกัน ประการที่ 2 ลูกค้าจะบริโภคผลิตภัณฑ์คือรายการแข่งขันและการเรียนรู้ทักษะกีฬาในช่วงที่เป็นการส่งเสริมการขายเท่านั้น และประการที่ 3 การประวิงราคาโดยการเก็บต้นทุนสินค้าสามารถเพิ่มยอดการขายก็จริงแต่ทั้งนี้จะต้องลดการวางสินค้าที่ละเล็กละน้อยอย่างค่อยเป็นค่อยไปทุก ๆ วันถัดไป (Ziccardi, 1997 : 214)

รูปแบบของการส่งเสริมการขายด้านกีฬาที่ประสบความสำเร็จจะต้องได้รับการออกแบบอย่างเหมาะสม กล่าวคือจะต้องประกอบด้วยกิจกรรมที่ได้รับการสร้างสรรค์อย่างลงตัวภายในระยะเวลาที่เหมาะสมและเป็นพลังมหาศาลที่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคในตลาดเป้าหมายได้เป็นอย่างดี (Sedlak & Suggs, 1998 : 35) ซึ่งอาจจะออกมาในรูปของคูปองซึ่งได้รับความนิยมในการนำมาเป็นเครื่องมือสำหรับการลด แลก แจก แถม เช่นผู้ที่เก็บคูปองได้ในระดับหนึ่งสามารถเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาที่ใฝ่ฝัน ณ สถานที่ที่พึงปรารถนาของคนทั้งโลกเป็นต้น และบางครั้งการส่งเสริมการขายอาจจะต้องใช้กลวิธีเอาชนะคู่แข่งกันโดยการรณรงค์ (Campaign) ให้ผู้สนใจทางด้านกีฬาเดินทางหลั่งไหลมาเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาซึ่งเป็นจุดขาย

(Touch Point) อย่างท่วมท้น และในการนี้อาจจะมีการสมนาคุณลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์ เช่น ร่ม หมวก และอุปกรณ์กีฬาซึ่งเป็นตราหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ก็ได้

สำหรับการส่งเสริมการขายด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวควรจะเน้นการนำเสนอกิจกรรมที่เนื่องด้วยมวยไทยตลอดจนกีฬาพื้นบ้านที่เกี่ยวข้อง ในลักษณะของของแถมหรือของสมนาคุณ อันได้แก่ การไหว้ครูมวยไทย ศิลปะแม่ไม้มวยไทย กระบี่กระบอง ปีกลองมวยไทย โดยอาจจะบรรจุควบคู่ไปกับหลักสูตรการเรียนการสอนด้านมวยไทย หรือนำเสนอก่อนการแข่งขันชกมวยไทยซึ่งจะเป็นการเร่งเร้านักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเข้าชมมวยไทยได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการด้านมวยไทยที่สำคัญทั้ง 3 องค์กร คือ เวทีมวย ค่ายมวย และบริษัทนำเที่ยว ที่จะต้องปรึกษาหารือ วางแผน และจัดการอย่างสมเหตุสมผลและทรงคุณค่ามากที่สุด (อัมรินทร์ แก้วพิทักษ์ และคณะ, 2552 : 44) นอกจากนี้ โยธิน นวลมุสิก (2553 : 68) ยังให้แง่คิดว่ากิจกรรมสำหรับลูกค้าชายที่ควรอนุรักษ์และส่งเสริมและนำเสนอควบคู่กับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยเฉพาะกีฬากิจกรรมซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้แบบไทย ๆ คือการควมกระบองไฟ การควมโซ่ไฟ และการควมเชือกไฟ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะรู้จักในนามของ Fire dancing, Fire twirling, Fire spinning, Fire performance หรือ Fire manipulation แล้วแต่จะเรียกขานกัน ทั้งนี้เพราะเป็นกิจกรรมที่ไม่มีพิธีตรองมากมาย สามารถแสดงได้ทุกสถานที่ไม่ว่าจะเป็นบนเวที สนามหญ้า หาดทราย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นกิจกรรมที่ทำหายสำหรับลูกค้าชายมาดเซอร์ที่นิยมกิจกรรมประเภทโหดโผนและการต่อสู้แบบไร้ขีดจำกัดหรือที่เรียกกันโดยทั่วไปว่าการต่อสู้แบบบ้านบั่นได้อย่างลงตัวและเหมาะสม ที่สำคัญที่สุดก็คือกิจกรรมดังกล่าวเป็นกิจกรรมที่เป็นที่ชื่นชมและชื่นชอบของนักท่องเที่ยวบนเกาะสมุยเป็นอย่างยิ่ง สามารถทำรายได้ให้กับเยาวชนที่เปิดหมวกแสดงในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวไม่น้อย

ความสำเร็จของการตลาดนอกจากประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) นับว่ามีความสำคัญไม่น้อย ซึ่งแกมมอนส์ (Gammons, 1995 : 76) ได้นำเสนอทฤษฎีกีฬาและช่องทางการจัดจำหน่าย (Theory of Sport and Place) ไว้ว่า สถานที่ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นสาระที่สำคัญที่สุดของการทำตลาดทางด้านกรกีฬา ทั้งนี้ก็เพราะว่าสถานที่เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของลูกค้าขณะที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬายาวนานที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ที่สำคัญก็คือสถานที่ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าถือว่าเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจด้านการกีฬาที่มีความเชื่อมโยงกับรูปแบบของกิจกรรมที่จัดขึ้นและความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าอย่างแนบแน่นที่สุด ดังนั้นหากเป็นไปได้ควรเลือกและจัดสถานที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าซึ่งหนีไม่พ้นความสะดวกสบาย ความเจริญหูเจริญตา ความรื่นรมย์ของแมกไม้มนานาพันธุ์ ตลอดจนธรรมชาติท่ามกลางภูเขา แม่น้ำ ชายหาด สายลม แสงแดด ซึ่งล้วนเป็นอาหารใจของปวงชนทั่วไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่ง

ต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นและความปรารถนาของมนุษย์และเป็นพลังดึงดูดใจคนให้อยู่กับสถานที่นั้น ๆ อย่างอึดอึดไม่มีที่สิ้นสุดทั้งในฐานะผู้เข้าร่วมและผู้ชมกีฬา กล่าวโดยสรุปก็คือ สถานที่ซึ่งเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางด้านการกีฬาจะต้องประกอบด้วยภูมิสถาปัตยกรรมที่สวยงามสดชื่นและมีชีวิตชีวา (Gammons, 1997 : 26) ที่สำคัญคือจะต้องอยู่ในแหล่งที่คนรู้จักและมีชื่อเสียง แต่ทั้งนี้จะต้องสะดวกและง่ายแก่การเข้าถึง โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งเสริมให้ผู้เข้าร่วมและผู้ชมได้ทอดทัศนาและสัมผัสผลิตภัณฑ์ด้านการกีฬาในรัศมีที่เป็นมุมกว้างและชัดเจน (Gollenback, 1993 : 87) สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นทั้งตัวชี้วัดความสำเร็จ จุดขาย และจุดประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไปในตัวอีกด้วย

อย่างไรก็ตามดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าความสำเร็จของการตลาดประกอบไปด้วยปัจจัยหลายประการ ช่องทางการตลาด (Marketing Channels) ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว นั่นก็หมายความว่านอกจากผู้ผลิตแล้ว ผู้ค้าคนกลาง และผู้ค้ารายย่อยก็มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการทำการตลาดเช่นกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องแสวงหาช่องทางที่ลงตัวและดีที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องจัดระบบการจำหน่ายตัวและแบ่งปันรายได้ให้เหมาะสมโดยคำนึงถึงองค์ประกอบซึ่งเป็นพื้นฐานของความสำเร็จ 7 ประการ คือ ประการที่ 1 ง่ายและสะดวกในการซื้อ และถ้าเป็นไปได้จะต้องอยู่ในละแวกที่พักอาศัยของลูกค้า ประการที่ 2 เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้เลือกสินค้าอย่างหลากหลายทั้งในแง่ของกิจกรรมและมูลค่าที่เหมาะสมกับราคา ประการที่ 3 ผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพและถูกตาต้องใจลูกค้า ประการที่ 4 ผู้จำหน่ายต้องมีอัธยาศัยดียิ้มแย้มแจ่มใสเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องมีคุณลักษณะของพนักงานบริการที่ดี ประการที่ 5 เสริมสร้างและรักษามาตรฐานและความสัมพันธ์ทางธุรกิจโดยเฉพาะเรื่องความโปร่งใสจริงใจ ซื่อสัตย์ และยุติธรรมในหมู่ลูกค้าให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ ประการที่ 6 นำเสนอบริการเพื่อส่งเสริมการขาย เช่น การส่งสินค้า การให้เครดิต การรับคืนสินค้า และสิทธิพิเศษอื่น ๆ ตามความเหมาะสม และประการที่ 7 ตอบแทนลูกค้า ผู้ค้าคนกลาง ผู้ค้ารายย่อย ตลอดจนบุคคลากรที่เกี่ยวข้องด้วยมูลค่าที่เหมาะสม เป็นธรรม และเป็นทีพอใจของทุกฝ่าย (Crowther, 1987 : 11, 73)

ประการสุดท้ายที่นักธุรกิจจะต้องให้ความสำคัญทั้งนี้เพื่อให้การทำการตลาดด้านกีฬาสัมบูรณ์และประสบความสำเร็จอย่างสูงสุดคือการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ซึ่งนอกจากจะเป็นการให้ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไปยังสาธารณชนแล้วยังมีหน้าที่ในการประเมินทัศนคติ ความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับผลิตภัณฑ์ด้านกีฬาของเขาเหล่านั้น (Bronzan, 1977 : 4) โดยผ่านสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ หรือหลายประเภทพร้อมกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ ความสามารถในการเข้าถึง ปฏิกริยาตอบสนอง การ

ปฏิสัมพันธ์ และบทบาทของสื่ออื่น ๆ (Gonring, 1994, 63) อย่างไรก็ตามจากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์มีส่วนส่งเสริมการทำการตลาดให้ประสบความสำเร็จอย่างน้อย 9 ประการ คือ ประการที่ 1 เป็นการเตรียมการข้อมูลสำหรับการสื่อสารไปยังลูกค้า เจ้าของ ผู้สนับสนุน คู่แข่งขัน และสาธารณชนทั่วไป ประการที่ 2 เป็นการกำหนดแนวทางในการควบคุมความรู้สึกนึกคิดของสาธารณชน ประการที่ 3 เป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผลิตภัณฑ์กับสาธารณชน ประการที่ 4 เป็นการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของบุคลากรผู้ร่วมงาน ประการที่ 5 เป็นความพยายามให้ความรู้เกี่ยวกับวัตถุประสงค์และระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ประการที่ 6 เป็นการประกาศคุณภาพ ผลงาน และความก้าวหน้าของผลิตภัณฑ์ต่อสาธารณชน ประการที่ 7 เป็นการนำผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมใหม่เข้าสู่ตลาดเพื่อให้สาธารณชนรับรู้ ประการที่ 8 เป็นการรับและให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ย้อนกลับสู่สาธารณชน และประการที่ 9 เป็นโอกาสและช่องทางในการแก้ไขสถานการณ์กรณีที่เกิดวิกฤตขึ้นกับผลิตภัณฑ์และผู้บริโภค (Wilcox et al., 1989 : 127-133) สรุปอย่างง่าย ๆ คือ การประชาสัมพันธ์ธุรกิจเชิงกีฬาจะต้องทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผลิตภัณฑ์คือกิจกรรมกีฬากับผู้บริโภคหรือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตลอดจนเร่งรัดให้เขาเหล่านั้นเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา ซึ่งอาจจะเป็นการแข่งขัน การฝึกฝนทักษะ การแสดงหรือสาธิต และอาจจะเข้าร่วมหลาย ๆ กิจกรรมในลักษณะของการบูรณาการก็ได้ (Mullin, 2000 : 339) ส่วนวิธีการที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นอกจากจะผ่านสื่อต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นแล้วยังสามารถดำเนินการในลักษณะของการจัดกิจกรรมแบบประสมประสานที่เน้นความสนุกสนาน เช่น การจัดคอนเสิร์ต การออกร้าน(Boost) ในมหกรรมด้านกีฬา การทำโรดโชว์ (Road Show) เป็นต้น และเนื่องจากปัจจุบันระบบการสื่อสารเป็นแบบที่เราเรียกว่าโลกาภิวัตน์ หรือที่พูดกันติดปากว่าการสื่อสารแบบไร้พรมแดนโดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ตสามารถส่งเสริมให้การทำการตลาดง่าย สะดวก และกว้างขวางยิ่งขึ้น ดังนั้นการจัดเว็บไซต์ในรูปแบบของชมรมหรือสมาคมกีฬาเชิงธุรกิจดูเหมือนจะง่ายและได้ประโยชน์คุ้มค่า ทั้งนี้เพราะสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สัมผัสได้แบบเหมือนจริง สามารถบอกรายละเอียดที่มาที่ไปของสินค้า สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายการแข่งขันและฝึกทักษะกีฬาตลอดจนผู้เล่น ผู้ฝึกสอน และคณะทำงานได้ สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวและราคาของการให้บริการ นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันโดยผ่านห้องสนทนา (Chat Room) ที่สำคัญคือผู้ที่ลงทะเบียนเป็นสมาชิกแล้วสามารถติดต่อกับผู้ผลิตอย่างรวดเร็วโดยผ่านจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ผลประโยชน์ที่ได้อีกประการหนึ่งก็คือการทำเว็บไซต์ดังกล่าวสามารถติดต่อกับ

ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีความรักและผูกพันกับกีฬาประเภทต่าง ๆ ได้โดยตรงและเป็นไปอย่างกว้างขวาง (Sutton et al., 1997 : 15-22)

เมื่อพูดถึงการประชาสัมพันธ์ในเชิงธุรกิจแล้วสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ไม่ควรมองข้ามก็คือตราหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) กล่าวคือ ผู้ผลิตจะต้องสร้างความประทับใจในตัวสินค้าให้ผู้บริโภคติดตามติดใจและนิยมในตัวสินค้า (Brand Image) และจะต้องทำให้เป็น "Top of My Brand" ให้ได้ เมื่อไหร่ก็ตามถ้าตราหรือยี่ห้อสินค้ามีความแข็งแกร่งแล้วก็จะสามารถชิงส่วนแบ่งทางการตลาด (Share Marketing) จากคู่แข่งได้อย่างง่ายดาย ที่สำคัญคือสามารถขยายตลาดได้อย่างกว้างขวางและรวดเร็วอีกด้วย สำหรับกรณีที่ตราหรือยี่ห้อของผลิตภัณฑ์แข็งแรงและครองตลาดมานานสามารถใช้ตราเดิมประชาสัมพันธ์สินค้าตัวใหม่ให้ติดตลาดได้อย่างดีเยี่ยมและเป็นไปอย่างรวดเร็ว หลังจากนั้นจึงค่อย ๆ ใช้กลยุทธ์แห่งชัยชนะ (Win Strategy) ในการสร้างตราสินค้าตัวใหม่ให้แข็งแรงสามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเองและขยายออกสู่ตลาดได้ อย่างไรก็ตามเมื่อพูดถึงผลิตภัณฑ์ทางด้านกีฬาแล้วสิ่งหนึ่งที่ควรนำมาพิจารณาประกอบการทำธุรกิจคือมูลค่าโดยรวมของผลิตภัณฑ์จะประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ มากมายอันได้แก่ความสะดวกสบาย (convenience) ความงดงามอย่างมีศิลปะ (Aesthetics) ความสะอาด Cleanliness) การช่วยเหลือสนับสนุน (Comfort) ความปลอดภัย (Security) คุณค่าที่ได้รับ (Availability) และความยั่งยืนของประโยชน์ที่ได้รับ (Durability) เป็นต้น (Kasky, 1998 : 41)

อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติเราจะต้องบูรณาการทั้งการส่งเสริมการขาย การสื่อสาร และการประชาสัมพันธ์เข้าด้วยกันอย่างเหมาะสมและลงตัว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือทำให้สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวเป็นเรื่องเดียวกันอย่างประสมกลมกลืน ที่สำคัญคือจะต้องมีสำนักงานทั้งสำนักงานใหญ่และสาขาย่อยกระจายอยู่ทั่วทั้งในและต่างประเทศ

เรื่องสุดท้ายที่จะกล่าวถึงในหัวข้อนี้ก็คือ เนื่องจากกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรม 2 ประการ คือ สิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมขณะปฏิบัติกิจกรรมกีฬา และความเหมาะสมระหว่างกิจกรรมกีฬากับสถานที่ที่เป็นแหล่งกีฬาหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ กีฬาเพื่อการท่องเที่ยวเกิดขึ้นเนื่องจากปฏิสัมพันธ์ระหว่าง นักท่องเที่ยว กิจกรรม และสถานที่ (Ryan, 1991 : 5) ดังนั้นเพื่อให้การจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวสอดคล้องกับลักษณะธรรมชาติของกิจกรรมและประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีจึงเป็นหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้องที่จะต้องหาแนวทางในการจัดและบริหารที่เหมาะสมมาใช้อย่างกลมกลืนวิธีการหนึ่งที่ใช้ได้ผลดีก็คือ การดำเนินการเกี่ยวกับตัวปฏิบัติการร่วมทางการตลาด (Co-operative Marketing) ซึ่งไบรกกซ์ (Briggs, 2001 : 166) กล่าวว่า การจัดและบริหารตัวปฏิบัติการร่วมทางการตลาดที่เหมาะสม ประกอบไปด้วยปัจจัยเกื้อหนุนซึ่งกันและกันที่สำคัญ 2 ประการ อัน

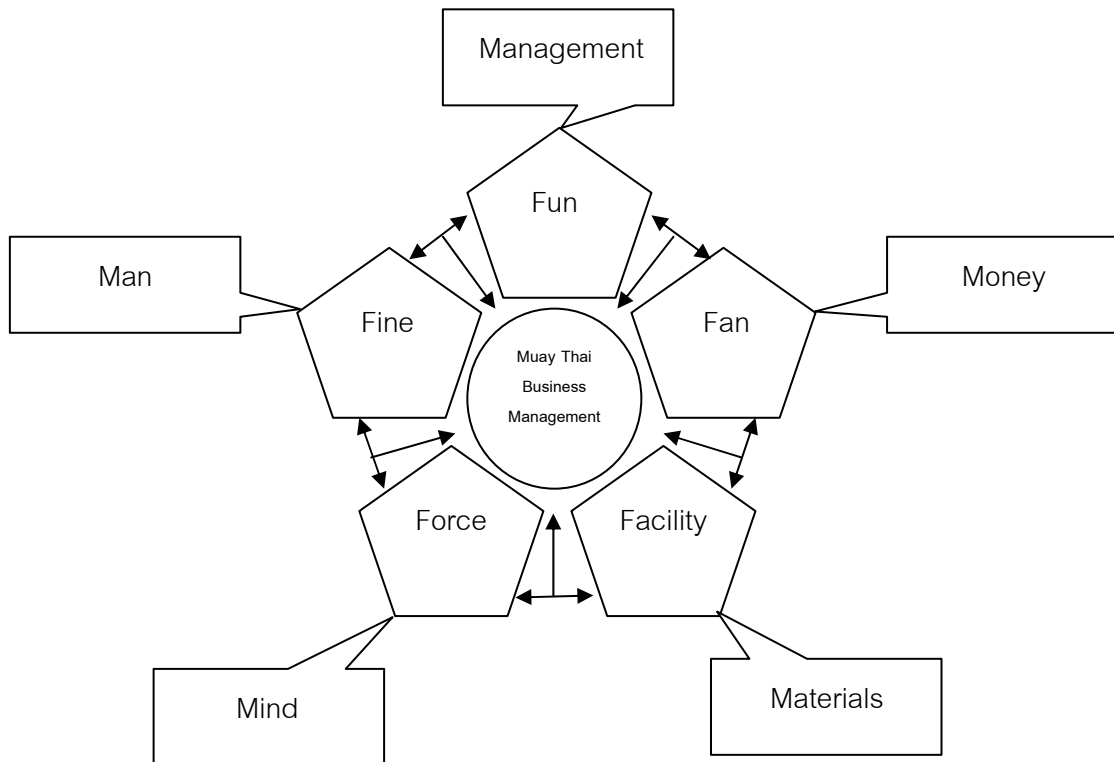
ได้แก่ กิจกรรมและอุปกรณ์กีฬาตลอดจนถึงอำนวยความสะดวกอื่น ๆ สิ่งเหล่านี้ส่งเสริมให้การจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวหลาย ๆ พื้นที่ และหลาย ๆ ชนิดกีฬาประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นที่เมืองแมนเชสเตอร์ และเมืองเซฟฟิลด์ ประเทศอังกฤษ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย ตลอดจนการจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่เมืองเวลลิงตัน ประเทศนิวซีแลนด์ก็ตาม ล้วนแล้วแต่เป็นตลาดกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวเป้าหมายที่สำคัญของโลก ทั้งนี้ เนื่องจากการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้นำการจัดและบริหารเชิงการตลาดแบบร่วมมือมาใช้อย่างลงตัว (D'Abaco, 1991 : 11)

อย่างไรก็ตามเพื่อเป็นแนวทางในการจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและประสบความสำเร็จในเชิงบูรณาการจึงขอเสนอกลยุทธ์เพื่อการดังกล่าว คือ ประการที่ 1 กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างชัดเจน ประการที่ 2 จัดทำแผนแม่บทตั้งแต่ต้นจนกระทั่งถึงการติดตามประเมินผล ประการที่ 3 กระตุ้นให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทุกชั้นตอน ประการที่ 4 ส่งเสริมการจัดตั้งองค์กร อันได้แก่ ชมรมและสมาคม ต่าง ๆ เพื่อเป็นเครือข่ายและมีอำนาจในการต่อรอง ประการที่ 5 กำหนดมาตรฐานราคาของผลิตภัณฑ์กีฬาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมและแน่นอน ประการที่ 6 ส่งเสริมการขายแบบลด แลก แจก แถม ตามฤดูกาลและสถานการณ์ ประการที่ 7 โฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยใช้ช่องทางการตลาดโดยผ่านสื่อที่เหมาะสมและทันสมัย ประการที่ 8 จัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ประการที่ 9 อนุรักษ์และทำนุบำรุงทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนขจัดมลพิษต่าง ๆ อย่างมีมาตรฐานและคุณภาพ ประการที่ 10 จัดระเบียบชุมชนให้มีมาตรฐานในด้านความปลอดภัยทั้งในชีวิตและทรัพย์สิน ประการที่ 11 ยกกระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนพัฒนาปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬา ประการที่ 12

นำแนวคิดส่วนผสมการตลาดทางด้านกรีกีฬา (Marketing Mix : Five Ps) อันได้แก่ราคา ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการตลาด การส่งเสริมการขาย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์มาใช้อย่างเหมาะสม ประการที่ 12 นำแนวคิดเกี่ยวกับการจัดและบริหารเชิงการตลาดแบบร่วมมือมาใช้อย่างเหมาะสม ตามประเภทของกีฬา ประการที่ 13 นำแนวคิดเกี่ยวกับความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์กีฬา (Three As) อันได้แก่ การเข้าถึง สิ่งดึงดูดใจ และสิ่งอำนวยความสะดวก มาใช้อย่างประสมประสาน และเกิดคุณค่า (Levine, 1977 : 1) และประการที่ 14 นำหลักการเกี่ยวกับการจัดการตลาดด้าน กรีกีฬาอันได้แก่นั่นความสนุกสนาน (Fun) อำนวยความสะดวก (Affordable) รักษาสัมพันธ์ภาพ อันดีแฟนคลับ (Fan) กับผลิตภัณฑ์ และง่ายต่อการเข้าถึง (accessible) และจัดซื้อจัดหา ผลิตภัณฑ์ (Hunter, 2000 : 397) มาปรับใช้อย่างเหมาะสม

จากองค์ความรู้ที่ได้ศึกษาค้นคว้ามาทั้งหมดทำให้ผู้วิจัยได้มีโน้ตส์เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ ด้านการการท่องเที่ยวประการหนึ่ง จึงได้กำหนดเป็น 5 กฎทองของการประกอบธุรกิจด้านมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยว (Golden Rule in Muay Thai Business Management) ใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า “Raja Syed Tengku Sulaiman’ s Five Fs in Muay Thai Business Management” ดังรายละเอียดต่อไปนี้

MUAY THAI BUSINESS : MANAGEMENT AND APPLICATIONS



ภาพที่ 2.1 แสดง The Raja Syed Tengku Sulaiman’ s Five Fs in Muay Thai Business Management

จากภาพดังกล่าวข้างต้นสามารถอธิบายว่า การดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยให้สำเร็จนั้นจะต้องยึดกฎทอง (Golden Rules) 5 ประการ คือประการที่ 1 ต้องดูแลเรื่องคน (Man) คือนักมวยต้องดีเลิศ (Fine) ทั้งด้านรูปร่าง (Firm) สมรรถภาพทางกาย (Fit) และเชิงมวย ประการที่ 2 ต้องจัดการ (Management) แข่งขันและฝึกซ้อมให้สนุกสนาน (Fun) โปร่งใสยุติธรรม (Faire) อิ่มเอิบใจมีความสุข (Happiness) ถ้วนหน้า ประการที่ 3 ต้องให้ความสำคัญของแฟนมวย (Fans) โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องมีแฟนเป็นของตนเองอย่างล้นหลาม แน่นเหนียว และจงรักภักดี ทั้งนี้เพราะเขาเหล่านี้จะเป็นที่มาของ ยอดขายและเงิน (Money) ที่จะนำมาใช้จ่ายหมุนเวียนเพื่อให้ธุรกิจอยู่ได้และเจริญรุ่งเรือง ประการที่ 4 ต้องจัดหาวัสดุอุปกรณ์ (Materials) ที่จำเป็นในการประกอบธุรกิจอย่างครบถ้วนทั้งในส่วนของ เวทีมวยและค่ายมวย โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) ที่จำเป็น สำหรับลูกค้าในขณะฝึกซ้อมและแข่งขันอย่างพอเพียงและบ่งบอกถึงความเป็นนามั้ยที่ดี และประการที่ 5 ซึ่งเป็นประการสุดท้ายแต่ก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าสิ่งทีกล่าวมาข้างต้นนั่นก็คือ ผู้ประกอบ ธุรกิจด้านมวยไทยจะต้องทำด้วยใจรัก (Mind) โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ใช้ความรักความศรัทธาที่มีอยู่ เป็นแรงผลักดัน (Force) ให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์ด้านกีฬาที่นำเสนอ นักท่องเที่ยวคือความสุขสนุกสนานซึ่งเป็นนามธรรม ดังนั้นจึงต้องใช้เวลาในการบ่มเพาะชื่อเสียง นานพอสมควรกว่าที่ลูกค้าจะเชื่อใจและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมที่นำเสนอโดยไม่ใช้เวลา มากนักเหมือนกับเลือกซื้อสินค้ารูปธรรมที่จำเป็นสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวันทั่วไป อันมีข่าวสาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาเป็นอาทิ

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจทั้งในประเทศและระหว่างประเทศมีความรุนแรงเพิ่มขึ้น อย่างมากมาย ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี พฤติกรรมการบริโภคของลูกค้า ที่เปลี่ยนแปลงไป การขยายตัวทางเศรษฐกิจจากการเปิดการค้าเสรี ตลอดจนการเปิดประเทศ ของมหาอำนาจทางด้านการค้า เช่น ประเทศจีน และเกาหลี เป็นต้น ดังนั้นจึงมีความจำเป็น อย่างยิ่งที่ทุกภาคส่วนของโลกจะต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการแข่งขันดังกล่าว ซึ่งจะต้องเริ่มต้น จากประเมินฐานะ กำลัง และศักยภาพที่มีอยู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องศึกษาข้อได้เปรียบ และข้อจำกัดทั้งของตนและคู่แข่ง ซึ่งการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) ในฐานะที่เป็นระบบการบริหารจัดการที่มีความยืดหยุ่นสามารถแก้ปัญหาและเผชิญกับความ เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกธุรกิจดังกล่าวได้อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพ

การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นระบบการจัดการที่มีความสำคัญอย่างน้อย 5 ประการ อันได้แก่ ประการที่ 1 การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นเสมือนเข็มทิศที่ใช้กำหนดทิศทาง (Set Direction) ซึ่งได้แก่วิสัยทัศน์ (Visions) ขององค์กร ประการที่ 2 การจัดการเชิงกลยุทธ์สามารถลดความเสี่ยง

(Risk Reduction) ในการดำเนินกิจการขององค์กรได้ ประการที่ 3 การจัดการเชิงกลยุทธ์ ส่งเสริมให้องค์กรใช้ทรัพยากรบุคคลท่ามกลางความผันผวนและการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่าง ประหยัดและคุ้มค่า ประการที่ 4 การจัดการเชิงกลยุทธ์ช่วยให้คนในองค์กรเกิดการยอมรับ การเปลี่ยนแปลง (Resistance to Changes) ที่เกิดขึ้น เนื่องจากการมีส่วนร่วมคิดร่วมทำของ มวลหมู่สมาชิก และ ประการที่ 5 การจัดการเชิงกลยุทธ์ส่งเสริมให้สมาชิกในองค์กรร่วมมือ (Cooperation) และรวมใจกันเป็นหนึ่งเดียว (Harmony) ในการทำงาน ผลที่ตามมาก็คือคน ในองค์กรเกิดแนวคิดในการทำงานที่สอดคล้องต้องกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่าง ชัดเจน อย่างไรก็ตามสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ก็ต้องอาศัยปัจจัยเกื้อหนุนหลายประการคือ ลักษณะของธุรกิจที่ดำเนินการในปัจจุบัน ลักษณะของธุรกิจที่จะให้มีให้เป็นในอนาคต สภาพแวดล้อม (Environments) ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจนั้น การจัดสรรทรัพยากร (Resource Allocation) ที่มีอยู่อย่างเหมาะสมประหยัดและคุ้มค่า และสุดท้ายก็คือความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน ให้บรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ (สุมาลี จิระจรัส, 2548 : 27-29)

สำหรับรูปแบบของการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้นมีมากมายแต่รูปแบบที่ได้รับความนิยม ในหมู่นักธุรกิจนั้นเห็นจะมี 2 รูปแบบอันได้แก่ รูปแบบที่ 1 รูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ ตามแนวคิดของทอมป์สันและสตรีกแลนด์ (Thompson & Strickland, 2003 : 3 - 7) ซึ่งได้ แบ่งงานสำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็น 5 งาน คือ 1) กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กร 2) กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร 3) กำหนดกลยุทธ์ที่มีผลต่อความสำเร็จ ตามประสงค์ 4) ปฏิบัติการตามกลยุทธ์ และ 5) ติดตามประเมินผลเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ ส่วนรูปแบบที่ 2 เป็นการจัดการเชิงกลยุทธ์ตามแนวคิดของวีเลนและฮังเกอร์ (wheelen & Hunger, 2000 : 5 - 9) ซึ่งได้แบ่งขั้นตอนของการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็น 4 ขั้นตอนตามลำดับคือ 1) การตรวจสอบสภาพแวดล้อม 2) การจัดทำแผนกลยุทธ์ 3) ปฏิบัติงานตามแผนกลยุทธ์ และ 4) การประเมินและควบคุมแผนกลยุทธ์ จากแนวคิดของนักวิชาการด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ ดังกล่าวพอจะสรุปได้ว่า ในการจัดการเชิงกลยุทธ์นั้นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยและปฏิบัติการ ตามลำดับขั้นตอนที่เหมาะสม โดยเริ่มจากการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั้งภายในและ ภายนอกองค์กรซึ่งจะกล่าวในรายละเอียดอีกครั้งหนึ่ง ทบทวนและกำหนดแนวทางในการ ปฏิบัติงานขององค์กรตามวัตถุประสงค์ กำหนดแผนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับแนวทางขององค์กร ปฏิบัติการตามแผนกลยุทธ์ และขั้นตอนสุดท้ายจะเป็นการติดตามประเมินแผนกลยุทธ์เพื่อการ ปรับปรุงต่อไป แต่ทั้งนี้ต้องครอบคลุมระดับกลยุทธ์ทั้ง 3 ระดับอันได้แก่ กลยุทธ์หลักหรือกล ยุทธ์ระดับบริษัท (Grand or Corporate strategy) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับการดำเนินงานทั้งหมด ขององค์กร รองลงมาคือกลยุทธ์การแข่งขันหรือกลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Competitive or Business Strategy) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวกับการดำเนินการแข่งขันกับผู้ประกอบธุรกิจเดียวกันซึ่งจะเป็น

หน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารธุรกิจนั้น ๆ และระดับสุดท้ายก็คือกลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Functional Strategy) เป็นกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านต่าง ๆ ของการดำเนินธุรกิจอันมีกลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล กลยุทธ์ด้านการบริหารการเงิน และกลยุทธ์ด้านการบริหารระบบการสื่อสารและแบรนด์ เป็นต้น

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ

และความล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ โดยทั่วไปแล้วสภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร (External Environment) เป็นสภาพแวดล้อมที่อยู่นอกเหนือการควบคุมโดยตรงแต่มีผลกระทบอย่างมากมายต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจขององค์กร สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment) ประกอบไปด้วยสภาพแวดล้อมด้านการเมืองการปกครอง เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคม วัฒนธรรม ตลอดจนแรงกดดันจากต่างประเทศกรณีที่ทำธุรกิจระหว่างประเทศ และ ส่วนที่ 2 คือสภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Operating Environment) ซึ่งจะมีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรมากกว่า ประกอบไปด้วย ลูกค้า คู่แข่งขัน ผู้ขายวัตถุดิบ แรงงาน กฎระเบียบ และหุ้นส่วน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจอีกประเภทหนึ่งก็คือสภาพแวดล้อมภายในองค์กร (Internal Environment) เป็นสภาพแวดล้อมที่อยู่ในองค์กร และมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก และเมื่อพิจารณาในแง่ของการบริหารจัดการแล้วสภาพแวดล้อมประเภทนี้สามารถควบคุมดูแลและปรับเปลี่ยนได้ ประกอบด้วย เจ้าของและผู้ถือหุ้น คณะกรรมการบริหาร ลูกจ้างหรือพนักงาน และวัฒนธรรมองค์กร อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดผลในเชิงปฏิบัติจำเป็นจะต้องวิเคราะห์สภาพแวดล้อมดังกล่าวโดยใช้หลักเกณฑ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย วางแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานขององค์กร ตลอดจนจัดสรรและส่งเสริมการปฏิบัติหน้าที่ทางธุรกิจของบุคลากรให้ดำเนินไปอย่างราบรื่นและต่อเนื่อง (จินตนา บุญบงการ และ ณัฐพันธ์ เขจรนันท์, 2548 : 34 – 58)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกเป็นการค้นหาโอกาส (Opportunity) และอุปสรรคในการดำเนินกิจการขององค์กร ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์อย่างเหมาะสมทั้งในแง่ของสภาพแวดล้อมทั่วไป สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน และสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน ซึ่งมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ตามลำดับได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ตรวจสอบ (Scanning) สิ่งที่มีและเป็นในปัจจุบัน ขั้นตอนที่ 2 ติดตาม (Monitoring) ความเปลี่ยนแปลงอดีตจนถึงปัจจุบัน ขั้นตอนที่ 3 พยากรณ์ (Forecasting) แนวโน้มในอนาคต ซึ่งอาจจะใช้ความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ อนุমানแนวโน้ม ศึกษาความสัมพันธ์ของแนวโน้ม

การใช้แบบจำลองพลวัต และการพยากรณ์อุปสงค์ ส่วนขั้นตอนที่ 4 ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายจะเป็นการประเมินผล (Assessing) โดยแบ่งกลุ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้องเป็น 3 ลักษณะคือ กลุ่มที่ไม่มีผลกระทบต่อองค์กร กลุ่มที่มีผลกระทบเชิงบวกหรือโอกาส และกลุ่มที่มีผลกระทบเชิงลบหรืออุปสรรค อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดความชัดเจนจึงของนำเสนอแนวทางในการวิเคราะห์เป็น 3 ลักษณะ โดยจะเริ่มจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป (General Environment Analysis) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการดำเนินงาน (Operating Environment Analysis) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขัน (Competitive Environment Analysis) ตามลำดับ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไปเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ไม่สามารถควบคุมได้ แต่มีผลกระทบต่อองค์กรโดยอ้อมและเป็นไปในระยะยาว อันได้แก่ปัจจัยทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมายและปัจจัยระหว่างประเทศกรณีติดต่อค้าขายหรือร่วมลงทุนกับบริษัทต่างประเทศ ซึ่งข้อมูลส่วนนี้จะเป็นข้อมูลจริงที่เกิดขึ้นแล้วหลังจากนั้นจึงทำการพยากรณ์และทำที่สุดท้ายก็จะนำไปสู่การประเมินผลกระทบทั้งในส่วนที่เป็นโอกาสและอุปสรรค สำหรับการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมในการดำเนินงานเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ไม่สามารถควบคุมได้เช่นกันแต่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรโดยตรงแต่เป็นไปในระยะสั้น ๆ เท่านั้น อันได้แก่ปัจจัยด้านลูกค้า ผู้แข่งขัน ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต แรงงาน กฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และพันธมิตรหรือเครือข่ายทางธุรกิจ สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในการแข่งขันเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันซึ่งจะมีผลต่อการทำกำไรและพลังดึงดูดของอุตสาหกรรมที่กำลังดำเนินอยู่ ประกอบด้วยปัจจัยด้าน คู่แข่งขันรายใหม่ คู่แข่งขันซึ่งมีธุรกิจใอุตสาหกรรม อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต และภัยคุกคามจากสินค้าทดแทนอื่นในกรณีที่สินค้าขาดตลาดทำให้ราคาสูง (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546 : 53 – 87)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเป็นการตรวจสอบจุดแข็ง (Strength points) และจุดอ่อน (Weakness Points) ของปัจจัยต่าง ๆ ที่เกื้อหนุนการดำเนินธุรกิจภายในองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งสามารถประเมินจากตัวชี้วัดที่สำคัญ อันได้มีผลการดำเนินงานที่ผ่านมา คู่แข่งทางธุรกิจที่สำคัญ ตลอดจนภาพรวมของอุตสาหกรรมเป็นต้น สำหรับวิธีที่ได้รับคามนิยมในการนำมาใช้กับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในมี 3 วิธี คือ การวิเคราะห์โดยใช้ห่วงโซ่แห่งคุณค่า (value Chain Analysis) การวิเคราะห์โดยแบบจำลอง 7S's ของแม็คคินเซย์ (McKinsey) และการวิเคราะห์โดยหน้าที่ทางธุรกิจ (Functional Analysis) หลังจากนั้นจึงสรุปลงในตารางวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Factors Analysis Summary) ต่อไป

อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดภาพสะท้อนเกี่ยวกับการประเมินสภาพแวดล้อมภายในที่ชัดเจนจึง
ขอนำเสนอประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจจำเป็นต้องดำเนินการตามขั้นตอนที่เหมาะสมตามลำดับ
โดยเริ่มจากการตรวจสอบปัจจัยทั้งที่เป็นจุดแข็งหรือข้อได้เปรียบทางธุรกิจเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
แข่งขันที่สำคัญตลอดจนจุดอ่อนที่มีอยู่ให้ชัดเจนและครอบคลุม โดยการเปรียบเทียบ
ตัวชี้วัดที่สำคัญ 3 ประการอันได้แก่ประการที่ 1 ความสามารถและผลการดำเนินงานในอดีต
(Past Performance) อันได้แก่ ทุน ยอดขาย และกำไร เป็นต้น ประการที่ 2 คู่แข่งขันทาง
ธุรกิจที่สำคัญ (Competitor) ทั้งในส่วนของคู่แข่งที่จำหน่ายสินค้าเหมือนกัน และคู่แข่งที่
จำหน่ายสินค้าทดแทน โดยนำข้อมูลเกี่ยวกับ ราคา รสชาติ ภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์และหีบห่อ
ช่องทางการกระจายและจำหน่ายสินค้า และการส่งเสริมการตลาด เป็นต้น และประการที่ 3
ภาพรวมของอุตสาหกรรม (Industry) จะเป็นการประเมินภาพรวมของอุตสาหกรรมทั้งหมดโดย
เปรียบเทียบกับค่ามาตรฐานของอุตสาหกรรมนั้น ๆ ตามที่รัฐกำหนด ซึ่งสามารถประเมินได้ 3 ลักษณะ
คือไม่แตกต่างถือว่าไม่เป็นจุดอ่อนและจุดแข็ง แตกต่างเชิงได้เปรียบถือว่าเป็นจุดแข็ง และ
ทำนองเดียวกันถ้าแตกต่างเชิงเสียเปรียบถือว่าเป็นจุดอ่อน ซึ่งสามารถวิเคราะห์โดยใช้วิธีใดวิธี
หนึ่งดังที่กล่าวมาข้างต้นตามความเหมาะสม คือถ้าจะวิเคราะห์ด้วยห่วงโซ่แห่งคุณค่าของไม
เคิล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) ซึ่งมีแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจว่า การทำธุรกิจเป็น
กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับสินค้าอย่างต่อเนื่องและจะไปสิ้นสุดเมื่อ
สินค้านั้นถูกจำหน่ายจนถึงมือลูกค้าก็ต้องให้ความสำคัญกับสิ่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ การนำเข้า
เพื่อการผลิต (Inbound logistic) การผลิตสินค้าให้สำเร็จรูป (Operation) การส่งสินค้าออก
จำหน่าย (outbound logistic) การตลาดและการขาย (Marketing and Sale) และการบริการ
(Services) นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงกิจกรรมสนับสนุนอื่น ๆ เช่น ค่าใช้จ่ายตามโครงสร้างพื้นฐาน
การบริหารงานบุคคล การพัฒนาเทคโนโลยี การจัดหาอุปกรณ์และวัตถุดิบ เป็นต้น และหาก
ต้องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้วยการใช้แบบจำลอง 7S's ของแม็คคินเซย์ (McKinsey)
ซึ่งเป็นเจ้าของแนวคิดที่ว่าความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจจะเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ระหว่าง
ปัจจัยที่สำคัญ 7 ประการ อันได้แก่ ประการที่ 1 มีโครงสร้าง (Structure) ของสายงานบังคับ
บัญชาที่กำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ประการที่ 2 มีกลยุทธ์
(Strategy) การดำเนินงานที่สามารถจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างประหยัดและคุ้มค่า
โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องได้เปรียบคู่แข่งอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ
และสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ประการที่ 3 มีระบบการดำเนินงาน (System) ที่ดีและ
ครอบคลุมงานที่สำคัญ เช่นระบบการติดต่อสื่อสาร ระบบฐานข้อมูล ระบบบัญชีและงบประมาณ
ระบบการผลิต และระบบการควบคุมคุณภาพ เป็นต้น ประการที่ 4 ผู้บริหารระดับสูงมีรูปแบบ

(Style) และคุณลักษณะที่สามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ เช่น การให้น้ำหนักความสำคัญของเรื่องราวต่างๆ การเป็นผู้นำ การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การตัดสินใจ และการใช้เวลา เป็นต้น ประการที่ 5 มีผู้ปฏิบัติงาน (Staff) ดีทำงานตามความสามารถและทักษะที่มีอยู่ด้วยความเต็มใจ ประการที่ 6 มีทักษะ (skill) เชิงธุรกิจที่อยู่เหนือและได้เปรียบคู่แข่ง และประการที่ 7 มีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจชัดเจนเป็นที่ยอมรับและรับรู้คุณค่าร่วมกัน (Shared Value) ของกลุ่มวอลสมาชิก สำหรับผู้ที่ต้องการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้วยหน้าที่ทางธุรกิจต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ ประการที่ 1 หน้าที่งานด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Basic Organization Structure) ทั้งในส่วนของการผลิต การเงิน และการบริหารงานบุคคล และอื่น ๆ ประการที่ 2 งานด้านการตลาด (Marketing Function) ประกอบไปด้วย การเลือกตลาดเป้าหมาย (Target Market) ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) และวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle : PLC) ตั้งแต่ขั้นนำเข้ามาจนกระทั่งถึงขั้นถดถอย ประการที่ 3 หน้าที่งานด้านการเงิน (Financial Function) ประกอบไปด้วยการกำกับดูแลกิจการให้มีกำไรและเกิดสภาพคล่อง โดยทั่วไปนิยมประเมินสุขภาพทางการเงิน (Financial Health) โดยการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน (Financial Ratio Analysis) เพื่อบ่งบอกสถานะทางการเงินเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ประการที่ 4 หน้าที่งานด้านการผลิตและดำเนินงาน (Operation Function) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและการให้บริการโดยเน้นการผลิตต้นทุนต่ำ แล้วเสร็จในระยะเวลาที่กำหนด และมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของสังคม และประการที่ 5 หน้าที่งานด้านบริหารงานบุคคล (Personnel Management Function) คือการจัดคนเข้าทำงานอย่างเหมาะสมและทันการ (สุมาลี จิระจรัส, 2548 : 59 – 107)

อย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดภาพสะท้อนที่ชัดเจนเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ระดับธุรกิจ จึงขอเสนอกลวิธีการประเมินสภาพแวดล้อมที่สำคัญและมีความจำเป็น 4 กลวิธี อันได้แก่ กลวิธีการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (External Factor Evaluation Matrix : EFE) กลวิธีการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Factor Evaluation Matrix : IFE) กลวิธีการฉายภาพการแข่งขัน (Competitive Profile Matrix : CPM) กลวิธีการวิเคราะห์ SWOT และกลวิธีการ TOWS Matrix (เสน่ห์ จุ้ยโต และคณะ, 2548 : 4-40 – 4-51) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

กลวิธีการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (External Factor Evaluation Matrix : EFE) เป็นเทคนิคที่เอื้อประโยชน์ในการประเมินปัจจัยสภาวะแวดล้อมภายนอกทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยเฉพาะทางด้านธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากเทคนิคนี้ได้อย่างมากมาย หลักการที่สำคัญคือ จะเป็นการประเมินปัจจัยที่เป็นโอกาส (Opportunities) พร้อม ๆ กับปัจจัยที่เป็นอุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threats) ซึ่งจะเป็นประโยชน์สำหรับองค์กรต่าง ๆ ในการพิจารณา

เชิงเปรียบเทียบกับผู้แข่งขันทางด้านธุรกิจเกี่ยวกับโอกาสทั้งที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ ส่วนกลวิธีการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน (Internal Factor Evaluation Matrix : IFE) เป็นเทคนิคที่ใช้ประเมินผลสภาวะแวดล้อมภายในองค์กร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเป็นเทคนิคสำหรับประเมินหน่วยงานต่าง ๆ ในองค์กรว่ามีจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) อย่างไร ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในลักษณะของการรู้เขารู้เราประสบความสำเร็จไปแล้วครั้งหนึ่ง สำหรับกลวิธีการฉายภาพการแข่งขัน (Competitive Profile Matrix : CPM) เป็นเทคนิคที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในวงการธุรกิจ โดยเฉพาะใช้ในการศึกษาสภาพการแข่งขัน (Competitive Profile) ในเชิงธุรกิจกับผู้แข่งขันสำคัญ ทั้งนี้เพื่อพิจารณาว่าความได้เปรียบเสียเปรียบของใครเป็นอย่างไร ที่สำคัญก็คือเพื่อให้ทราบว่าในภาพรวมองค์กรมีตำแหน่งทางการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งหรือไม่อย่างไร และขณะเดียวกันก็จะทำให้ทราบว่าปัจจัยใดที่มีความดีด้อยกว่าและควรปรับปรุงให้เข้มแข็งต่อไป

เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis) เป็นเทคนิคที่ใช้ประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเป็นประโยชน์ในการพิจารณาศักยภาพขององค์กรด้วยการพยายามจับคู่กันระหว่างจุดแข็งและจุดอ่อนกับโอกาสและอุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจขององค์กรไปพร้อม ๆ กัน ผลที่ได้ก็คือจะเป็นการสะท้อนภาพขององค์กรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งว่ามีปัจจัยที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคหรือไม่อย่างไร และสิ่งที่กำลังดำเนินอยู่นั้นสอดคล้องหรือเหมาะสมกับกับรูปแบบที่พึงมีพึงเป็นหรือไม่ และควรจะมีการปรับแก้จุดอ่อนให้สามารถรับมือกับอุปสรรคหรือภัยคุกคามอย่างไร และในทำนองเดียวกันจะมีการพัฒนาจุดแข็งให้ปรับตัวเข้ากับโอกาสที่มีอยู่อย่างไร ส่วนเทคนิค TOWS Matrix จะเป็นขั้นตอนที่ทำต่อจากการวิเคราะห์ SWOT และเป็นเทคนิคที่ใช้ประโยชน์ในการกำหนดกลยุทธ์ โดยการจับคู่ระหว่างสภาวะแวดล้อมภายนอก กับสภาวะแวดล้อมภายใน ทั้งนี้เพื่อให้เห็นภาพการเชื่อมโยงอย่างชัดเจนและเป็นเหตุเป็นผลของจุดแข็งจุดอ่อนกับโอกาสอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ทำยที่สุดก็จะสามารถตัดสินใจในการกำหนดกลยุทธ์ที่ดีและเหมาะสมได้ อย่างไรก็ตามเพื่อให้ได้แนวทางในการดำเนินงานที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติ นอกจากจะกำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมในปัจจุบันแล้ว ยังจะต้องกำหนดให้สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักของธุรกิจอีกด้วย (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2549 : 44)

2.2 รายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เซกิลสกี และมุลส์ (Cegielski and Mules, 2002 : 64-70) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของการแข่งขันชิงตำแหน่งซีเอ็มจี 400 ซูเปอร์คาร์ ซึ่งจัดขึ้นในในเขตปกครองแห่งชาติ เมืองแคนเบอร์

ว่า ประเทศออสเตรเลีย เมื่อวันที่ 11 มิถุนายน 2000 วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้ก็เพื่อศึกษา ความเหมาะสมของการแข่งขันกีฬาในเมืองแคนเบอร์ราโดยทั่วไป และบริเวณที่กำหนดไว้เป็นการเฉพาะนอกจากนี้ยังศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดการแข่งขันดังกล่าว และจากการศึกษาพบว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในแคนเบอร์ราได้รับผลกระทบเกี่ยวกับการจราจรที่ติดขัดมากที่สุด รองลงมาคือความอึดอัดที่เกิดขึ้นจากยานพาหนะที่สัญจรไปมาและสิ่งก่อสร้างที่สร้างขึ้นอย่างมากมายและเป็นไปอย่างรวดเร็ว ถัดลงมาคือค่าใช้จ่ายทางสังคมอื่น ๆ อย่างไรก็ตามการศึกษา ยังพบอีกว่าชาวเมืองแคนเบอร์รา มีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขัน การศึกษานี้ได้ดำเนินการโดยการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนทางโทรศัพท์ ซึ่งเป็นการสำรวจทันทีหลังจากสัปดาห์ของการแข่งขัน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าชาวเมืองแคนเบอร์รา มีความรู้สึกเป็นลบกับการแข่งขันครั้งนี้ อย่างไรก็ตามเขาก็รับรู้ผลกระทบในทางบวกบางอย่าง เช่น การประชาสัมพันธ์เมืองหลวงและสังคมอย่างภาคภูมิใจ การศึกษานี้ยังแสดงให้เห็นว่าคนเริ่มให้ความสนใจการแข่งขันกีฬาประเภทเครื่องยนต์ เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเป็นแนวทางในการจัดกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวต่อไป

ดอลนิการ์ และ เฟลคเกอร์ (Dolmicar and Flucker, 2003 : 186-196) ได้ทำการศึกษารูปแบบและตลาดของการท่องเที่ยวเชิงกีฬากระดานโต้คลื่น ซึ่งเป็นกีฬายามว่างที่พัฒนาตัวเองไปเป็นกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว การพัฒนาตัวเองของกระดานโต้คลื่นเป็นไปอย่างรวดเร็วและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางอย่างไรก็ตามรายงานวิจัยเกี่ยวกับกระดานโต้คลื่นมีเพียง 2-3 เรื่องเท่านั้น และล้วนแล้วแต่ศึกษาเพียงเบื้องต้นเท่านั้น ดังนั้นการศึกษานี้จึงมุ่งประเด็นไปที่ การศึกษาลักษณะอุปนิสัยของบุคคลที่นิยมเล่นกระดานโต้คลื่น และนิสัยในการเดินทางท่องเที่ยว โดยได้ทำการประเมินตลาดการท่องเที่ยวเชิงกีฬากระดานโต้คลื่นทั้งหมด 6 แห่งด้วยกัน จากการศึกษาปรากฏว่า ตัวแปรอายุ ความสามารถในการโต้คลื่น ระยะเวลาที่เดินทางมาพักผ่อน ความชอบในชนิดของลูกคลื่น และระเบียบกฎเกณฑ์ของของทัวร์กระดานโต้คลื่นมีความสัมพันธ์กับอุปนิสัยของบุคคลที่นิยมเล่นกระดานโต้คลื่น และนิสัยในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลของการค้นพบนี้จะเป็นแนวทางในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ในอนาคตอีกด้วย

โจนส์ (Jones, 2001 : 241-251) ได้ศึกษาผลของการแข่งขันรักบี้เวิลด์คัพ ในปีคริสต์ศักราช 1993 (RWC 99) ที่มีต่อวอลล์ โดยใช้การสัมภาษณ์ และแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และเจ้าบ้าน ในนามของ วอลล์ ทัวริสท์ บอร์ด (WTB) พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสนใจการแข่งขันกีฬารักบี้ระดับโลก และนานาชาติเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังพบว่าผู้จัดการแข่งขันกีฬาดังกล่าวได้สร้างงานและรายได้ให้กับเจ้าภาพอย่างมากมายนานาชาติ โดยเฉพาะเมืองที่เป็นที่ตั้งของสนามแข่งขันและ

เมืองในบริเวณพล อย่างไรก็ตามผู้ให้ข้อมูลได้เสนอแนะว่าการดำเนินการจัดและบริหารกิจกรรมดังกล่าวยังขาดการทำงานที่ประสมประสานต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์และการแจ้งข่าวสารยังไม่ทั่วถึงและมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่มีความเกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวโดยตรง

เคนเนท และคณะ (Kenneth et al., 2504 : 349 – 363) ได้ศึกษาและจำแนก

กรอบงานและวิธีการจัดการปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยอาศัยหลักการสากลที่ว่าสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติมีอยู่จำกัด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องจัดการทุกสิ่งทุกอย่างให้ก่อเกิดประโยชน์มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องให้สิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวเหล่านั้นยังคงอยู่กับท้องถิ่นตราบนานเท่านาน วัตถุประสงค์อีกประการหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือการเสาะแสวงหาวิธีการในการจัดและบริหารงานเชิงบูรณาการทางด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งจัดการกับทรัพยากรธรรมชาติด้วยระบบง่าย ๆ แต่ได้ประโยชน์คุ้มค่ามากที่สุด อย่างไรก็ตามความสำเร็จของการจัดและบริหารงานดังกล่าวจะต้องขึ้นกับปัจจัยต่าง ๆ มากมายหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องระดมสรรพกำลังจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนให้เป็นผู้รับผิดชอบและแสดงบทบาทให้เด่นชัด ที่สำคัญคือการรวมพลังมุ่งมั่นเพื่อให้เห็นความก้าวหน้าของการจัดการให้เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้

ทูเฮและคณะ (Toohey et al., 2002 9-20) ได้ทำการศึกษาคูณภาพของการจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกที่เม็กซิโกประเทศออสเตรเลีย ซึ่งจัดขึ้นโดยสมาพันธ์กีฬาฟุตบอลนานาชาติ (FIFA) โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะมุ่งเน้นศึกษาถึงผลกระทบซึ่งจะมีผลต่อการการแข่งขัน สิ่งที่ได้รับตามมาก็คือเป็นทางเลือกทางหนึ่งในการช่วยเหลือสนับสนุนให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนทำความเข้าใจและรับรู้เกี่ยวกับความปลอดภัย และการตอบรับของกฎหมายว่าด้วยมาตรการรักษาความปลอดภัย การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้าชมการแข่งขันฟุตบอลโลก จากการศึกษาพบว่าระบบรักษาความปลอดภัยมีผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมชมการแข่งขันกีฬาดังกล่าว นอกจากนี้ยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวมีความประสงค์ให้ผู้เกี่ยวข้องจัดระบบการรักษาความปลอดภัยให้รัดกุม ทั้งนี้เพราะสิ่งดังกล่าวมีผลกระทบต่อระดับความสนุกสนานของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามการศึกษานี้ได้เสนอแนะแนวทางสำหรับการจัดการแข่งขันกีฬาฟุตบอลโลกในอนาคตว่าควรมีการคุมสถานการณ์ความปลอดภัยโดยใช้กระบวนการของข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดน เช่น ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ สงครามอิรักในปัจจุบัน การระบาดของโรคซาร์ (SARS) มาเป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการแข่งขันกีฬาครั้งต่อ ๆ ไป

เทรเวอร์ และ ซัยแวน (Trevor and Sivan 2003 : 20-25) ได้ทำการศึกษาศึกษาแนวทางในการพัฒนาเทศกาลแข่งขันเรือมังกรให้เป็นกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้นการจัดเทศกาลดังกล่าวซึ่งนับว่าเป็นครั้งที่ 2 และเป็นครั้งที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของฮ่องกงจึงเกิดขึ้น สำหรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากแล้ว ฮ่องกงถูกมองว่าเป็นทางผ่านของจีน เป็นสวรรค์ของการจับจ่ายซื้อของ เป็นจุดเชื่อมของโลกตะวันออกกับตะวันตก อย่างไรก็ตามเนื่องจากข้อจำกัดเกี่ยวกับกิจกรรมที่หลากหลาย และการขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดีและต่อเนื่องจึงทำให้การพัฒนาและการขยายตัวด้านการท่องเที่ยวของฮ่องกงเป็นไปด้วยความยากลำบากด้วยความพยายามที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศ สมาคมการท่องเที่ยวของฮ่องกงจึงได้เริ่มดำเนินการสืบเสาะแสวงหากิจกรรมการแข่งขันที่เป็นวัฒนธรรมหนึ่งในนั้นก็คือ “เทศกาลเรือมังกร” ให้เป็นจุดดึงดูดใจนักท่องเที่ยว จากการศึกษาประวัติความเป็นมาของการแข่งขัน ปรากฏว่ากีฬาดังกล่าวได้รับการปรับเปลี่ยนรูปแบบและประดิษฐ์คิดค้นให้เป็นกีฬาทงน้ำนานาชาติ และปัจจุบันมีแนวโน้มว่าจะได้รับการพัฒนาจากการแข่งขันดั้งเดิมเป็นการท่องเที่ยวเชิงกีฬาซึ่งมีพื้นฐานมาจากวัฒนธรรมที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ดั้งเดิมอยู่

จากการศึกษารายงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวข้างต้นพอจะสรุปเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน ดังต่อไปนี้

1. การชมการแข่งขันมวยไทยจะได้รับความสนุกสนานอย่างเต็มที่จะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยหลายประการ และเสียงเชียร์ที่เร้าใจของผู้ชมก็เป็นสิ่งหนึ่งที่สร้างสีสันให้กับเวทีมวย อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการธุรกิจทางด้านมวยไทยต้องคำนึงถึงมลภาวะทางเสียงซึ่งอาจจะรบกวนชุมชนรอบ ๆ บริเวณ ผลที่ตามมาคือความไม่เข้าใจและจะมีผลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจ

2. เนื่องจากปัจจุบันกระแสนิยมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวมีเพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัวพอกับความเจริญทางด้านสื่อสารที่ไร้พรมแดนซึ่งยากที่จะสกัดกั้นได้ และในขณะเดียวกันอุตสาหกรรม

การท่องเที่ยวก็ต้องขยายตัวเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเช่นกัน แต่ทั้งนี้ต้องทำอย่างค่อยเป็นค่อยไปและมีแบบแผน ที่สำคัญคือต้องไม่กระทบกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม

3. ความหลากหลายของกิจกรรมกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งมวยไทยซึ่งเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวตามแบบฉบับของคนไทย ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสู่พื้นที่ ได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามการจัดการความเสี่ยง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้องกันอุบัติเหตุที่น่าเชื่อถือและมั่นใจก็เป็นองค์ประกอบสำคัญอันดับต้น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว

4. การเข้าร่วมชมการแข่งขันมวยไทยระดับนานาชาติหรือระดับชิงแชมป์โลกจะอยู่ในความนิยมของคนตลอดเวลา และผลแห่งความนิยมนี้ทำให้เจ้าภาพในการจัดการแข่งขันได้รับประโยชน์อย่างมากมาย กล่าวคือทำให้เกิดกระแสรายได้หมุนเวียนเกือบทั่วทุกพื้นที่ ผลพลอยได้อีกประการหนึ่งก็คือจะเป็นสนามประชาสัมพันธ์ประเทศให้คนได้รู้จักเป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้ต้องได้รับการวางแผนที่เป็นระบบที่แยบยล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางแผนทางด้านภูมิสถาปัตยกรรมและภูมิทัศน์บริเวณพื้นที่ที่จะใช้แข่งขันกีฬาและบริเวณทลใกล้เคียง ให้สอดคล้องกับสภาพภูมิอากาศ ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนวางแผนประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่ออย่างประสมประสานและต่อเนื่อง วางแผนเกี่ยวกับการคมนาคมและการจราจรบริเวณดังกล่าวให้เหมาะสม กล่าวคือไม่สร้างความอึดอัดใจและเป็นอุปสรรคต่อการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของนักท่องเที่ยวตลอดระยะเวลาที่ใช้ชีวิตอยู่ในพื้นที่ นอกจากนี้ต้องวางแผนงานเกี่ยวกับการควบคุมค่าครองชีพต่าง ๆ ให้เป็นไปตามปกติเหมือนที่เคยเป็น ไม่ฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าของเครื่องใช้และบริการต่าง ๆ ตามอำเภอใจ เพราะสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นตัวทำลายความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อพื้นที่เป็นอย่างมาก

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับการทำวิจัยเรื่อง มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่
อันดามันในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามหัวข้อต่อไปนี้

- 3.1 กลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 กรอบงานในการทำวิจัย

3.1 กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการศึกษาเป็น 4 กลุ่มดังต่อไปนี้

3.1.1 บุคลากรผู้ร่วมประเพณีภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน
และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง
(Purposive Random Sampling) รวมทั้งสิ้น 174 คน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

| บุคลากร | ภูเก็ต | พังงา | กระบี่ |
|--|--------|-------|--------|
| ผู้ฝึกสอนมวยไทย | 19 | 14 | 17 |
| ผู้ประกอบการธุรกิจค่ายมวยไทย | 17 | 19 | 16 |
| ผู้ประกอบการธุรกิจสนามแข่งขันมวยไทย | 4 | 1 | 2 |
| ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวด้านมวยไทย | 6 | 3 | 4 |
| บุคลากรองค์กรส่วนท้องถิ่น | 5 | 4 | 5 |
| บุคลากรจากหน่วยงานภาครัฐด้านกีฬาและการท่องเที่ยว | 4 | 5 | 6 |
| ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านกีฬาพื้นบ้าน | 6 | 8 | 9 |
| รวม | 61 | 54 | 59 |

3.1.2 บุคลากรผู้ร่วมพิจารณาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
พิจารณากำหนดแพ็คเกจทัวร์ พิจารณาแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์
เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน และพิจารณาสรุปผลการวิจัยสุดท้าย (บทที่ 6)
ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Random Sampling) รวมทั้งสิ้น 44 คน
ดังต่อไปนี้

| บุคลากร | จังหวัด | | |
|--|------------|-----------|-----------|
| | ภูเก็ต | พังงา | กระบี่ |
| เจ้าของธุรกิจนำเที่ยวภาคเอกชน * | 3 | 3 | 3 |
| เจ้าของธุรกิจค่าย สนาม และบริษัทนำเที่ยวด้านมวยไทย * | 3 | 3 | 3 |
| ผู้บริหารองค์กรด้านการท่องเที่ยวภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ | 3 | 3 | 3 |
| ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น | 3 | 3 | 2 |
| ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านกีฬาพื้นบ้าน | 3 | 3 | 3 |
| * หรือผู้จัดการธุรกิจ | รวม | 15 | 15 |
| | | 15 | 14 |

3.1.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการกีฬามวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น

ๆ

ในภาคใต้ที่เข้าร่วมกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi technique) ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบ
เฉพาะเจาะจง (Purposive Random Sampling) จำนวนทั้งสิ้น 25 ดังต่อไปนี้

| ผู้เชี่ยวชาญ | จำนวน |
|--|-----------|
| เจ้าของหรือผู้จัดการค่ายมวยไทย | 5 |
| เจ้าของหรือผู้จัดการสนามแข่งขันมวยไทย | 5 |
| เจ้าของหรือผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวด้านกีฬามวยไทย | 5 |
| โปรโมเตอร์มวยไทย | 5 |
| ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านกีฬาพื้นบ้าน | 5 |
| รวม | 25 |

3.1.4 นักท่องเที่ยวด้านมวยไทยที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่อันดามันปี พ.ศ. 2552 ซึ่งได้มาจากการ
สุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Random Sampling) และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับ
จำนวนประชากรทั้งหมด ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของยามานะ (Yamane, 1960 :

1088-1089) ที่ความเชื่อมั่น 95% และขนาดประชากรตั้งแต่ 100,000 คนขึ้นไป ให้ได้กลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 400 คน สำหรับการศึกษาคั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 397 คน ดังนี้

| นักท่องเที่ยวนักต่างชาติ | จังหวัด | | |
|--------------------------|---------|-------|--------|
| | ภูเก็ต | พังงา | กระบี่ |
| เอเชีย | 63 | 24 | 36 |
| ยุโรป | 154 | 33 | 87 |
| รวม | 217 | 57 | 123 |

3.1.5 นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยนักท่องเที่ยว 4 สัญชาติคือออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และ ฝรั่งเศส ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในข้อ 3.1.4 จำนวนทั้งสิ้น 176 คน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

| สัญชาติ | ออสเตรเลีย | สแกนดิเนเวีย | เยอรมัน | ฝรั่งเศส |
|---------------------------------|------------|--------------|---------|----------|
| จำนวน | 54 | 47 | 39 | 36 |
| รวมนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 176 คน | | | | |

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามลำดับต่อไปนี้

3.2.1 แบบสอบถามแบบปลายเปิดสำหรับประเมินภูมิหลังของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน

3.2.2 แบบสอบถามสำหรับประเมินปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ประกอบไปด้วยแบบสอบถามแบบตรวจคำตอบ (Check List) แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) และแบบปลายเปิด (Open End) แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่ามี 5 ระดับ โดยให้เลือกตอบระดับใดระดับหนึ่งคือ 5 หมายความว่าไม่มีปัญหามากที่สุด 4 หมายความว่าไม่มีปัญหา 3 หมายความว่าไม่มีปัญหามาก 2 หมายความว่าไม่มีปัญหาน้อย และ 1 หมายความว่าไม่มีปัญหาน้อยที่สุด ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามดังกล่าวตามลำดับดังนี้

1. จัดสัมมนา (Seminar) และสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) ผู้ที่มีบทบาท

หน้าที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานดังกล่าวของพื้นที่อันดามัน โดยจัดสนทนาจังหวัดละ 1 ครั้ง ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ประกอบการศึกษาครั้งนี้อีกด้วย

2. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และสนทนา มาสร้างแบบสอบถามแบบแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหา ทั้งนี้เพื่อให้ได้ประโยชน์ในการศึกษาอย่างสูงสุด สำหรับแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าผู้วิจัยได้ดำเนินการหาคุณภาพเพิ่มเติมดังนี้

2.1 ขอความอนุเคราะห์ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ตรวจสอบแก้ไขเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับข้อคำถาม (Item Objective Congruence Index : IOC) ตามวิธีการของลอวชี (Lawshe, 1970 :563-575) เลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับและมากกว่า 0.5 ขึ้นไป สำหรับการวิจัยในขั้นตอนนี้ใช้ข้อคำถามที่ผ่านการพินิจและมีคุณภาพรวมทั้งสิ้น 30 ข้อ

2.2 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มทดลองที่ไม่ได้รับเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (α - Coefficient) ตามวิธีการของครอนบัค (Cronbach, 1970 : 161) ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.78

3.2.3 แบบประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) สำหรับการทำให้ SWOT Analysis ซึ่งประกอบด้วยเทคนิค Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix เทคนิค External Factor Evaluation (EFE) Matrix และเทคนิค Competitive Profile Matrix (CPM) ทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งคะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) ของโอกาส อุปสรรค จุดแข็ง และจุดอ่อน ตลอดจนฉายภาพการแข่งขันของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันกับพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบประเมินตามลำดับดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สนทนากลุ่มย่อย ตลอดจนการศึกษามิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย และอื่น ๆ มาสร้างแบบประเมิน ประกอบด้วยแบบประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก แบบประเมินสภาพแวดล้อมภายใน และแบบประเมินสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน

2. นำแบบประเมินดังกล่าวไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเพื่อความถูกต้องและและให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการศึกษาครั้งนี้มากที่สุด

3.2.4 แบบสอบถามสำหรับศึกษาแนวทางในการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน โดยใช้

กระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique) ประกอบไปด้วยแบบสอบถามแบบตรวจคำตอบ (Check List) แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) และแบบปลายเปิด (Open End) ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะเป็นแบบตรวจคำตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับเส้นทาง รูปแบบการนำเที่ยว เรือเช่า และการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนแนวทางการยกระดับมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ผู้การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของอันดามันในช่วงนอกฤดูกาล ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยให้เลือกตอบระดับใดระดับหนึ่งคือ 5 หมายความว่ามีความสำคัญมากที่สุด 4 หมายความว่ามีความสำคัญมาก 3 หมายความว่ามีความสำคัญปานกลาง 2 หมายความว่ามีความสำคัญน้อย และ 1 หมายความว่ามีความสำคัญน้อยที่สุด

3.2.5 แบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรม เส้นทาง การนำเที่ยว และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามนวัตกรรมที่สร้างขึ้น ประกอบไปด้วยแบบสอบถามแบบตรวจคำตอบ (Check List) แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) และแบบปลายเปิด (Open End) นอกจากนี้ยังได้สร้างแบบสอบถามตรวจคำตอบ (Check List) เป็นการเฉพาะอีกชุดหนึ่งเพื่อใช้ศึกษาความสัมพันธของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 4 สัญชาติ ในการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นของนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ที่สร้างขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามทั้ง 2 ฉบับดังกล่าวตามลำดับดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการประเมินนวัตกรรมเชิงพาณิชย์โดยผู้เชี่ยวชาญตามกระบวนการเดลฟายเทคนิคมาจัดทำแบบสอบถามเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ 8 กลุ่ม ที่มีต่อรูปแบบ เส้นทาง การนำเที่ยว และอื่น ๆ โดยทำเป็นฉบับภาษาไทยก่อน
2. นำแบบสอบถามฉบับภาษาไทยไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ตรวจสอบแก้ไขเพื่อความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม ด้วยวิธีหาดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับข้อคำถาม (Item Objective Congruence Index : IOC) ตามวิธีการของลอว์รี่ (Lawshe) เลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับและมากกว่า 0.5 ขึ้นไป ส่วนข้อที่มีค่าต่ำกว่าจะต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขต่อไป
3. แปลแบบสอบถามจากฉบับภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษโดยหัวหน้าโครงการวิจัย
4. ขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านภาษาอังกฤษชาวไทย 2 คนพิจารณาเปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามฉบับภาษาไทยกับฉบับภาษาอังกฤษ

5. ขอความอนุเคราะห์ครูชาวอังกฤษจากโรงเรียนแอนนาสอนภาษากระบี่ 1 คน ตรวจสอบแบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษ เพื่อพิสูจน์อักษร ไวยากรณ์ และวัฒนธรรมของการใช้ภาษาอีกครั้งหนึ่ง

6. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่ ๆ ไม่ได้รับเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่าง 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษ โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีการของครอนบัค ปรากฏว่าได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.73

สำหรับแบบสอบถามแบบตรวจคำตอบ (Check list) :ซึ่งใช้ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 4 สัญชาติในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์คือนวัตกรรมด้านมวยไทยที่สร้างขึ้นนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาหาค่าความเที่ยงเนื้อหาเท่านั้น ปรากฏว่าได้ค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับและมากกว่า .50 ทุกข้อ

3.2.6 แบบบันทึกประกอบการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อสรุปรูปแบบของนวัตกรรม ตลอดจนแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลที่เป็นรูปธรรม ปฏิบัติได้จริง และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. สัมมนา (Seminar) สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group) และสัมภาษณ์เชิงลึก

(In-dept Interview) ผู้ที่เกี่ยวข้องและภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลพื้นฐานสำหรับการดำเนินงานวิจัยในขั้นตอนต่อไป

2. เก็บข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังและปัญหาการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด และแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามลำดับ สำหรับขั้นตอนนี้ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 174 ชุด คิดเป็นร้อยละ 96.67

3. เก็บข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน โดยการสนทนากลุ่มย่อยและการทำ SWOT Analysis ซึ่งได้ดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

- 1) ประเมินสภาพแวดล้อมภายใน คือ จุดแข็ง และจุดอ่อน โดยใช้เทคนิค IFEและการสนทนา ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลซึ่งเป็นคำตอบระดับใดระดับหนึ่งคือ เข้มแข็ง ปานกลาง และอ่อน

2) ประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก คือ โอกาส และอุปสรรค โดยใช้เทคนิค EFE และการสนทนา ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลซึ่งเป็นคำตอบระดับใดระดับหนึ่งคือ สูง ปานกลาง และต่ำ

3) ประเมินสภาพแวดล้อมในการแข่งขันโดยเปรียบเทียบกับการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่ใกล้เคียง คือ เกาะสมุย และตำบลพนม อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้เทคนิค CPM และการสนทนา ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลซึ่งเป็นคำตอบระดับใดระดับหนึ่งคือ สูง ปานกลาง และต่ำ เช่นกัน และที่สำคัญคือให้ได้ภาพฉายของการประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านมวยไทยของพื้นที่อันดามัน คม ชัด และลึก สามารถดำเนินการในเชิงปฏิบัติได้ในโอกาสต่อไป

4) นำข้อมูลจากการประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และสภาพแวดล้อมในการแข่งขันมาประมวลเพื่อฉายภาพโดยรวม ทั้งนี้เพื่อให้ได้นวัตกรรมซึ่งเป็นตัวแบบธุรกิจที่เหมาะสม (Fit Model) สำหรับพื้นที่อันดามันต่อไป และขั้นตอนนี้ได้รับแบบประเมินคืนมาทั้งสิ้น 44 ชุด คิดเป็นร้อยละ 97.78

4. เก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญโดยผ่านกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique) ซึ่งตอนแรกจะเป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ประกอบด้วย โปรแกรมเส้นทาง เรือเช่า และการประชาสัมพันธ์ สำหรับการเก็บข้อมูลในขั้นตอนนี้ใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 25 ชุด

5. เก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ โดยใช้แบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 397 ชุด และได้แบบสอบถามกลับคืนมาคิดเป็นร้อยละ 94.52 นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายอีก 176 ชุด ได้แบบสอบถามกลับคืนมาคิดเป็นร้อยละ 100 สำหรับขั้นตอนนี้ผู้วิจัยและคณะได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยสุ่มเก็บตามค่ายมวยและเวทีมวยทั้งในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

6. เก็บข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างแนวทางการยกระดับมวยไทย สู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลของพื้นที่อันดามัน โดยการสนทนากลุ่มย่อย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติต่าง ๆ โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางวิทยาศาสตร์และสังคม ดังรายละเอียดต่อไปนี้ต่อไป

1. ข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ด้วยการหาค่าร้อยละ (Percentage) แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

2. ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและ ศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ วิเคราะห์โดยการระดมความคิด และเสนอในรูปแบบตารางประกอบความ เรียง

3. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและ ศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation)

4. ข้อมูลสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และ ศิลปวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันได้ดำเนินการวิเคราะห์ตามลำดับต่อไปนี้

1) จุดแข็ง และจุดอ่อน วิเคราะห์ด้วยตารางสรุปผลการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายใน (Internal Factors Analysis Summary : IFAS) ซึ่งปรับปรุงมาจากตารางของวิล เลนและฮังเกอร์ (Wheellen and Hunger, 2000 : 102) เริ่มด้วยการกำหนดประเด็นที่มีผลต่อ ธุรกิจ หลังจากนั้นจึงให้ค่าน้ำหนัก (Weight) คือความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ ตามที่กำหนดไว้ ซึ่งมีค่าตั้งแต่ 0.00 – 1.00 และเมื่อรวมแล้วต้องได้เท่ากับ 1.00 ลำดับถัดไปเป็นการให้ค่า คะแนนประเด็นดังกล่าวซึ่งแบ่งเป็น 4 ระดับ คือ 4 หมายความว่ามีความแข็งแรงเหนือคู่แข่งชั้น 3 หมายความว่ามีความแข็งแรงเท่าคู่แข่งชั้น 2 หมายความว่ามีความอ่อนที่รับได้ และ 1 หมายความว่ามีความอ่อนที่ต้องแก้ไข ส่วนลำดับสุดท้ายเป็นการคำนวณหาค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักซึ่งเป็นผลคูณ ระหว่างค่าน้ำหนักกับค่าคะแนนของทุกประเด็นและภาพรวมทั้งหมด แล้วจึงนำไปเทียบกับ เกณฑ์คือ มากกว่า 2.50 หมายความว่ามีความเข้มแข็ง เท่ากับ 2.50 หมายความว่ามีความเข้มแข็ง พอประมาณ และน้อยกว่า 2.50 หมายความว่ามีความอ่อนแอ (เสนห์ จัยโต และคณะ, 2548 : 4-43)

2) โอกาสและอุปสรรค วิเคราะห์ด้วยตารางสรุปผลการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอก (Enternal Factors Analysis Summary : EFAS) ซึ่งปรับปรุงมาจากตาราง ของวิลเลนและฮังเกอร์ (Wheellen and Hunger, 2000 : 76) เช่นกัน ส่วนใหญ่ขั้นตอนและ วิธีดำเนินการประเมินก็เหมือนกับการประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน ต่างกันที่ความหมายของค่าคะแนน เท่านั้น คือ 4 หมายความว่าธุรกิจที่ดำเนินอยู่นั้นตอบสนองและได้รับอานิสงส์จาก ประเด็นนั้นดีมาก 3 หมายความว่าดี 2 หมายความว่าพอใช้ และ 1 หมายความว่าไม่ดี ส่วน ความหมายของเกณฑ์ก็แตกต่างกันเล็กน้อยเช่นกัน กล่าวคือถ้ามากกว่า 2.50 หมายความว่า ตอบสนองและได้รับอานิสงส์ดี เท่ากับ 2.50 หมายความว่าปานกลาง และน้อยกว่า 2.50 หมายความว่าไม่ได้รับอานิสงส์จากประเด็นนั้น

3) สภาพแวดล้อมในการแข่งขัน วิเคราะห์และประเมินโดยใช้กฎเกณฑ์เดียวกันกับการประเมินโอกาสและอุปสรรค ต่างกันที่การประเมินสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน จะเน้นการเปรียบเทียบกับคู่แข่งระหว่างธุรกิจในอนาคตโดยตรง

5. ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญสำหรับศึกษาแนวทางในการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ ด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ โดยผ่านกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi technique) วิเคราะห์โดยการหาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) และเมื่อได้ค่ามัธยฐานแล้ว ผู้วิจัยนำมาตีความหมายของคะแนนโดยใช้เกณฑ์การประเมิน (Glass and Julian, 1970 : 59-60) ดังต่อไปนี้

| | | | |
|-------------------|-------------|---------|--|
| ค่ามัธยฐานระหว่าง | 4.50 – 5.00 | หมายถึง | กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมีความสำคัญที่สุด |
| ค่ามัธยฐานระหว่าง | 3.50 – 4.49 | หมายถึง | กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมีความสำคัญมาก |
| ค่ามัธยฐานระหว่าง | 2.50 – 3.49 | หมายถึง | กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมีความสำคัญปานกลาง |
| ค่ามัธยฐานระหว่าง | 1.50 – 2.49 | หมายถึง | กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมีความสำคัญน้อย |
| ค่ามัธยฐานตั้งแต่ | 1.49 ลงไป | หมายถึง | กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าข้อความนั้นมีความสำคัญน้อยที่สุด |

หลังจากนั้นจึงดำเนินการหาพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) ซึ่งผู้วิจัยได้คำนวณหาค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 และควอไทล์ที่ 1 แล้วนำมาแปลความหมาย (Garrett and Woodworth, 1966 : 44) คือถ้าค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของข้อความใดมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.50 แสดงว่าความคิดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นสอดคล้องกันมาก ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของข้อความใดมีค่าระหว่าง 1.51 ถึง 1.99 แสดงว่าความคิดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นสอดคล้องกันพอสมควร และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ของข้อความใดมีค่าเท่ากับและมากกว่า 2.00 แสดงว่าความคิดของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความนั้นไม่สอดคล้องกัน

6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทาง โปรแกรมการนำเที่ยว และอื่น ๆ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เมื่อได้ค่าเฉลี่ยแล้วผู้วิจัยนำมาตีความหมายของคะแนนโดยใช้เกณฑ์การประเมินของเบสท์ (Best, 1970 : 179-180) ดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.00 – 1.49 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

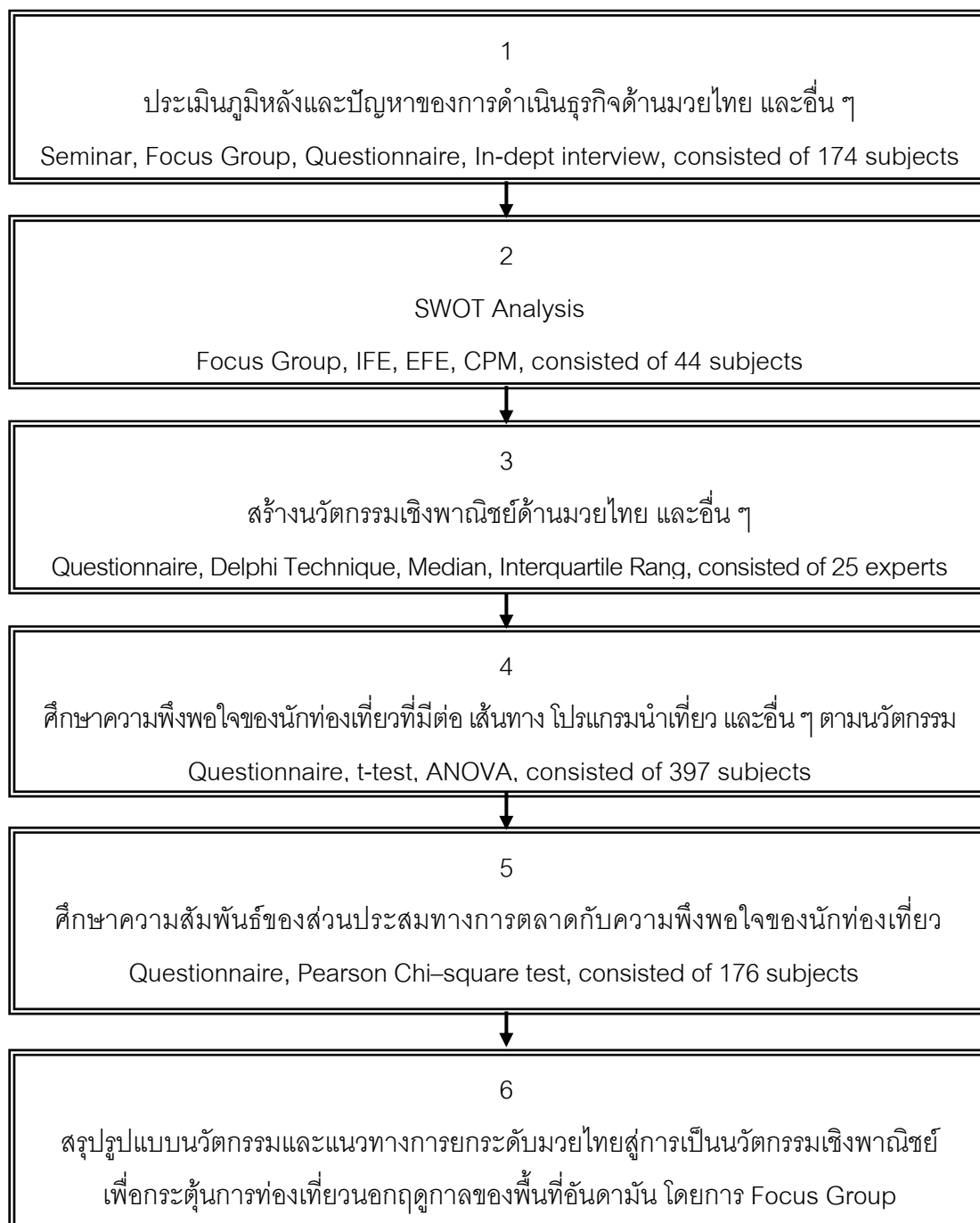
หลังจากนั้นได้ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวระหว่างชาวเอเชียและชาวตะวันตก โดยการทดสอบค่าที (t-test)

7. ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 4 สัญชาติในการเลือกใช้บริการทัศนศึกษาที่สวนสัตว์เชียงใหม่ วิเคราะห์โดยการทดสอบไค-สแควร์ (Pearson Chi – square test)

8. สนทนากลุ่มย่อยเพื่อให้ได้มาซึ่งรูปแบบนวัตกรรมที่เหมาะสมแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลของพื้นที่อันดามัน ตลอดจนการระดมความคิดเพื่อสรุปผลการศึกษารายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.5 กรอบงานในการทำวิจัย

การทำวิจัยเรื่อง “มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการภายใต้กรอบงานตามลำดับดังนี้



ภาพที่ 3.1 กรอบงานในการทำวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อค้นพบต่าง ๆ ในรูปของความเรียงและตารางประกอบความเรียงแล้วแต่กรณี ในการนี้ได้กำหนดหัวข้อการนำเสนอเพื่ออำนวยความสะดวกการศึกษาตามลำดับดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน
- 4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน
- 4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการประเมินนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน
- 4.4 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน
- 4.5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับสัญชาตินักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการด้านมวยไทย
- 4.6 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจนอกฤดูการท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่อันดามัน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการทำวิจัยเรื่อง มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามันในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์เพื่อใช้วิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

| | | |
|-----------|---------|--------------------------|
| n | หมายถึง | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง |
| \bar{x} | หมายถึง | ค่าเฉลี่ย |
| S.D. | หมายถึง | ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน |
| t | หมายถึง | การทดสอบค่าที (t – test) |
| Mdn | หมายถึง | ค่ามัธยฐาน |
| I.R. | หมายถึง | ค่าพิสัยระหว่างควartilล์ |
| χ^2 | หมายถึง | ค่าไค-สแควร์ |

4.1 ภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน โดยการใช้แบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview)

4.1.1 รายละเอียดเกี่ยวกับภูมิหลังของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน

ตารางที่ 4.1.1.1 แสดงรายละเอียดภูมิหลังของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยในอันดามัน

| ลำดับที่ | ประเด็นที่ศึกษา | รายละเอียด |
|----------|--|---|
| 1 | จากอดีตสู่ปัจจุบันของมวยไทยในพื้นที่อันดามัน | <p>ในบรรดาจังหวัดพื้นที่อันดามันนับว่าภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีความรุ่งเรืองด้านมวยไทยในฐานะที่เป็นศิลปะไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวที่พัฒนามาก่อนพังงา และกระบี่ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้</p> <p>ภูเก็ตมีเวทีมวยไทยที่ป่าตอง 2 เวที ที่บริเวณสนามบินนานาชาติภูเก็ตอีก 1 เวที ที่หาดกะรน 1 เวที ที่สามแยกป่าหลาย 1 เวที และที่สะพานหินอีก 1 เวที และได้ถูกทุบทิ้งไปเมื่อไม่นานมานี้ ส่วนค่ายมวยดังมีไม่น้อยกว่า 20 ค่าย เช่นบริเวณซอยตาเอี้ยดมีอย่างน้อย 3 ค่าย หาดราไวย์มีอย่างน้อย 3 ค่าย ที่หาดกะตะ 1 ค่าย ที่ถ้ำย่านม่าหนิก 1 ค่าย ในที่นี้ยังไม่รวมที่หาดป่าตอง และที่อื่น ๆ ยิ่งวันเวลาผ่านไปค่ายมวยต่าง ๆ เหล่านี้ได้ปิดตัวลงทีละค่าย จนปัจจุบันเหลือเวทีมวยที่ยังคงดำเนินกิจการที่ป่าตองเพียง 1 เวที และที่ตำบลฉลองอีก 1 เวที ส่วนเวทีบริเวณสนามบินนานาชาตินั้นจัดชกบ้างแต่ก็ไม่แน่นอน สำหรับพังงามีเวทีมวยแถวเขาหลัก 1 เวที ส่วนค่ายมวยก็อยู่กระจัดกระจายแถวเกาะยาว โคกกลอย และเกาะปันหยี ส่วนจังหวัดกระบี่มีเวทีมวยอยู่ที่ยังคงดำเนินการอยู่บริเวณหาดอ่าวนาง 1 เวที และที่ตำบลเกาะลันตาใหญ่ อำเภอเกาะลันตา 2 เวที อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่า จังหวัดกระบี่มีค่ายมวยทั้งที่ขึ้นทะเบียนและค่ายมวยแบบพื้นบ้าน ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ของเยาวชนครอบคลุมอยู่ทั่วทุกพื้นที่เป็นจำนวนมาก</p> |

ตารางที่ 4.1.1.1 (ต่อ)

| ลำดับที่ | ประเด็นที่ศึกษา | รายละเอียด |
|----------|---|---|
| 2 | นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาแสวงหประสบการณ์ด้านมวยไทยในพื้นที่อันดามัน | <p>นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาชมกิจกรรมมวยไทยในอันดามันมีหลากหลายเชื้อชาติ แต่ชาติที่ค่อนข้างมุ่งมั่นและเอาใจจริงเอาใจในการศึกษาเรียนรู้ อาจด้วยวัตถุประสงค์อื่นใดก็แล้วแต่นั้น มีดังต่อไปนี้</p> <p><u>ชาวตะวันตก</u></p> <p>สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ แคนาดา เนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ เยอรมัน* ฝรั่งเศส* สวีเดน* และสแกนดิเนเวีย อื่นๆ</p> <p><u>ชาวเอเชีย</u></p> <p>ญี่ปุ่น* เกาหลี* สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์* ตอนหลังก็มีมาจากอินเดีย เนปาล และกลุ่มประเทศอาหรับ ซึ่งส่วนใหญ่จะมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย แต่ก็น้อย</p> |
| 3 | จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยในพื้นที่อันดามัน | <p>ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมฝึกซ้อมมวยไทยอยู่ตามค่ายต่าง ๆ ในอันดามันประมาณ 1,219 คน ** สำหรับจำนวนผู้เข้าชมการแข่งขันชกมวยไทยในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยมีประมาณ 150 คน และร้อยละ 40 ของผู้ชมทั้งหมดจะเป็นชาวต่างชาติ ส่วนที่เหลือจะเป็นคนไทยและคนในชุมชน</p> |
| 4 | วัตถุประสงค์ของการเข้าร่วมกิจกรรมฝึกซ้อมมวยไทยของชาวต่างชาติในพื้นที่อันดามัน | <p>นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาในพื้นที่อันดามันมีวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยหลากหลาย แต่สามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ 3 ประเด็นดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อออกกำลังกายและสัมผัสรสชาติของมวยไทย <p>ในฐานะศิลปะป้องกันตัวอันเป็นมรดกของชาติไทย ที่สำคัญคือเก็บภาพไปเป็นที่ระลึกและอวดญาติพี่น้องและเพื่อนฝูงด้วยความภาคภูมิใจ นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะเข้าไปเรียนรายวัน ส่วนใหญ่จะเป็นการฝึกเตะกระสอบ เตะล่อเป้า ตลอดจนการปล้ำเพื่อตีเข้า โดยใช้เวลาเรียนประมาณ 2-3 วัน และชำระเงินค่าสอนและใช้สถานที่วันละประมาณ 400 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะพักโรงแรมบริเวณชายหาด</p> |

ตารางที่ 4.1.1.1 (ต่อ)

*เป็นชาติที่นิยมเข้าร่วมกิจกรรมค้ำมวยไทยค่อนข้างมาก ** ศูนย์การศึกษาแห่งประเทศไทยจังหวัดภูเก็ต ศูนย์การ

| | | |
|---|---|---|
| | | <p>2. เพื่อนำความรู้และประสบการณ์ไปสอนและเปิดค่ายมวยไทยในต่างประเทศ นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาเรียนประมาณ 3 – 6 เดือน และจะพักโรงแรมระดับ 3 – 4 ดาวที่ตั้งอยู่ใกล้ ๆ ค่ายมวย และส่วนใหญ่จะนิยมรับประทานอาหารไทยเพื่อตีพิมพ์บรรยากาศแบบไทย ๆ ให้สมกับที่มุ่งมั่นมาเพื่อฝึกซ้อมและเรียนรู้ศิลปะมวยไทย</p> <p>3. เพื่อเป็นนักมวยไทยอาชีพในต่างประเทศ และส่วนหนึ่งก็นำแม่ไม้มวยไทยไปประกอบการชกมวย “เค-วัน” (K-1) ตลอดจนการต่อสู้แบบป่าเถื่อนไร้ขีดจำกัด หรือที่รู้จักกันในนามของ “อัลทิเมท ไฟท์ติ้ง” (Ultimate Fighting) ซึ่งจะเป็นการนำเอาศิลปะการต่อสู้ต่างๆจากทั่วโลก เช่น มวยปล้ำ เทควันโด คาราเต้ ยิวยิตซู ยูโด มวยไทย มวยสากล มารวมกันเพื่อถล่มและનો้คคู่ต่อสู้ นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะเข้ามาฝึกซ้อมเพื่อเพิ่มเติมเทคนิคเป็นระยะ ๆ โดยใช้เวลาอย่างน้อย 3 เดือน และฝึกวันละ 2 เวลา คือช่วงเช้าจะเป็นการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกายทั่วไป และตอนบ่ายจะเป็นการฝึกทักษะซึ่งค่อนข้างหนัก ส่วนช่วงกลางวันจะเช่ามอเตอร์ไซด์ตระเวนเที่ยวไปตามที่ต่าง ๆ เพื่อเก็บภาพแห่งความประทับใจและส่วนใหญ่จะกินนอนในค่ายมวย หรือไม่ก็เข้าบ้านพักหรือบังกะโลที่สะดวกต่อการเดินทางมาค่ายมวย</p> |
| 5 | <p>กีฬาพื้นบ้านและศิลปะวัฒนธรรมอื่นที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาในพื้นที่อันดามัน</p> | <p>เมื่อกล่าวถึงกีฬาและศิลปะวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เกี่ยวข้องซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสนใจก็คงหนีไม่พ้นเครื่องเคียงของมวยไทยคือ การไหว้ครูมวยไทย อาวุธและแม่ไม้มวยไทย นอกจากนี้ก็ยังมีศิลปะการต่อสู้กระบี่กระบอง ฟันดาบ ตลอดจนศิลปะการโห่ฟั่นไฟ ควงกระบองไฟ ลูกไฟ หรือ ห่วงไฟ แล้วแต่จะเรียก ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะรู้จักในนามของ “Fire dancing, Fire twirling,</p> |

ตารางที่ 4.1.1.1 (ต่อ)

| ลำดับที่ | ประเด็นที่ศึกษา | รายละเอียด |
|----------|--------------------------|--|
| | | Fire spinning, Fire performance หรือ Fire manipulation แล้วแต่จะเรียกเช่นกัน |
| 6 | ช่องทางการจัด จำหน่าย | การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยจะดำเนินการโดย ผ่านทางเคาน์เตอร์ทัวร์ที่ตั้งตามลอบบี้ในโรงแรม ซึ่งลูกค้า ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้ชีวิตในอันดามันเป็น เวลานาน |
| 7 | ราคาจำหน่าย | นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเพื่อร่วมกิจกรรมมวยไทยในอันดา มันมักจะหาที่พักใกล้ ๆ ค่ายมวย ที่มีราคาไม่แพงมากนัก ตก ราว ๆ 15,000 – 40,000 ต่อเดือน ส่วนอาหารก็เป็นอาหาร ไทยราคากลาง ๆ ตกมื้อละ 50 – 100 บาท แล้วแต่กรณี ส่วนค่าเข้าชมการแข่งขันชกมวยไทย จะตกอยู่ประมาณ 900 – 1,200 บาท ถ้าเป็น VIP ก็ประมาณ 2,000 บาท ส่วนคน ไทยอยู่ที่ 350 บาท สำหรับค่าเรียนและฝึกมวยไทย จะ ขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวและจำนวนวันที่ฝึก ส่วนใหญ่ก็จะอยู่ประมาณ 3,500 – 16,000 บาท ต่อครั้ง |
| 8 | การประชาสัมพันธ์ | ส่วนใหญ่ประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์ การใช้รถโฆษณา และที่เป็นมรรคเป็นผลจริง ๆ คือการบอกปากต่อปาก |

จากตารางที่ 4.1.1 สามารถสรุปได้ว่า มวยไทยในอันดามันเป็นที่รู้จักมักคุ้นของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมานาน โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมา
ก่อนจังหวัดพังงาและกระบี่ อย่างไรก็ตามปัจจุบันมวยไทยก็ยังคงมีเสน่ห์และเป็นที่ต้องการของ
ชาวต่างชาติ ถึงแม้เป้าหมายการเข้าร่วมกิจกรรมบางประการจะเปลี่ยนแปลงไป คือจากชื่นชมใน
ฐานะที่มวยไทยเป็นมรดกและศิลปะการต่อสู้ของไทยไปเป็นการค้าในเชิงธุรกิจก็ตาม ดังนั้นพอจะ
กล่าวในภาพรวมได้ว่า คนในพื้นที่อันดามันยังทำมาหากินกับมวยไทยตลอดจนศิลปะการต่อสู้
ป้องกันตัวพื้นบ้านและศิลปะการแสดงอื่น ๆ เช่นการไหว้ครูมวยไทย อาวุธและแม่ไม้มวยไทย
กระบี่กระบอง และการควงกระบองไฟหรือโซ่ไฟได้ไปอีกนาน แต่ทั้งนี้ต้องปรับยุทธศาสตร์การ
นำเสนอที่เหมาะสมและเข้ากับยุคสมัยเป็นที่ต้องตาต้องใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาว
ต่างประเทศ ส่วนเรื่องการจัดจำหน่ายจะอาศัยเคาน์เตอร์ทัวร์ และประชาสัมพันธ์โดยผ่านเว็บไซต์
ซึ่งผู้วิจัยจะได้ศึกษาตามลำดับต่อไป

4.1.2 ปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน

ตารางที่ 4.1.2.1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้าน

มวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านเวทีมวย

| ข้อ | ปัญหา | \bar{x} | SD | ระดับ |
|-----|--|-----------|------|-----------|
| 1 | ปิดกิจการชั่วคราวอันเนื่องมาจากสภาพภูมิอากาศในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย | 4.30 | 1.06 | มาก |
| 2 | นักมวยที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนในวงการ หรืออย่างน้อยชกได้ประทับใจคนดูมีจำนวนจำกัด | 4.09 | 0.73 | มาก |
| 3 | บุคลากรของเวทีมวยที่มีความสามารถและเป็นคนในท้องถิ่นมีจำกัดต้องพึ่งบุคลากรจากถิ่นอื่น | 3.74 | 1.08 | มาก |
| 4 | บุคลากรของเวทีมวยขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่จำเป็นอื่น ๆ | 4.73 | 1.04 | มากที่สุด |
| 5 | การจัดการแข่งขันชกมวยแต่ละครั้งต้องลงทุนสูงเพราะต้องเผื่อที่นั่งสำหรับคนไทยซึ่งเป็นผู้สร้างความครึกครื้นและสีสันแก่สนามมวย | 3.80 | 0.58 | มาก |
| 6 | การทำตลาดต้องอาศัยคนกลางทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น | 3.82 | 1.01 | มาก |
| 7 | การขออนุญาตจัดการแข่งขันเป็นไปด้วยความลำบากมีขั้นตอนมาก | 4.12 | 0.81 | มาก |
| 8 | คู่แข่งทางธุรกิจมีจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันมีการจัดเวทีเล็กชกโชว์ในบาร์ทั่วไป | 4.84 | 0.36 | มากที่สุด |
| 9 | ค่าเช่าที่ดินราคาแพง และต้องทุ่มลงทุนเกี่ยวกับอุปกรณ์และสิ่งก่อสร้างอื่น ๆ | 4.79 | 1.15 | มากที่สุด |
| 10 | กรรมการขาดอิสระในการตัดสินเพราะแรงบีบบังคับจากเซียนมวยรอบข้าง | 3.46 | 1.11 | ปานกลาง |

ตารางที่ 4.1.2.1 (ต่อ)

| ข้อ | ปัญหา | \bar{x} | SD | ระดับ |
|------------|--|-----------|------|-------|
| 11 | การแข่งขันชมมวยแต่ละครั้งต้องใช้บุคลากรจำนวนมาก เช่น แพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ตำรวจ หน่วยรักษาความปลอดภัย เป็นต้น | 3.59 | 0.58 | มาก |
| 12 | บางพื้นที่ไม่มีเวทีมวยมาตรฐานพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้ | 4.20 | 0.49 | มาก |
| n = 174 | | | | |
| รวม | | 4.12 | 0.74 | มาก |

ตารางที่ 4.1.2.1 แสดงว่า พื้นที่อันดามันประสบปัญหาการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปะการแสดงที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านเวทีมวย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเวทีมวยในพื้นที่อันดามันมีปัญหาเกี่ยวกับ คู่แข่งทางธุรกิจมีจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันมีการจัดเวทีเล็กชกโชว์ในบาร์ ($\bar{x} = 4.84$) คาเฟ่ที่ดินและอุปกรณ์สิ่งก่อสร้างราคาแพง ($\bar{x} = 4.79$) และบุคลากรขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่จำเป็น ($\bar{x} = 4.73$) ในระดับมากที่สุด ขณะที่ปัญหาเกี่ยวกับกรรมการขาดอิสระในการตัดสินในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.46$)

ตารางที่ 4.1.2.2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย

กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันด้านค่ายมวย

| ข้อ | ปัญหา | \bar{x} | SD | ระดับ |
|-----|--|-----------|------|-----------|
| 1 | ชาวต่างชาติเข้ามาเป็นคู่แข่งชั้นทางธุรกิจด้านค่ายมวยไทยจำนวนมากขึ้น | 4.66 | 0.61 | มากที่สุด |
| 2 | นักมวยเข้ามาเป็นสมาชิกในค่ายไม่นานเท่าไรก็จากไปเนื่องจากค่ายอื่นให้ข้อเสนอที่ดีกว่า | 4.04 | 1.01 | มาก |
| 3 | นักมวยที่มีชื่อเสียงมีเงื่อนไขต่อรองมากมายเกินกว่าที่จะรับได้ | 4.24 | 0.76 | มาก |
| 4 | ค่ายมวยรับงานเกินกำลังทำให้การเรียนการสอนไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร | 4.43 | 0.77 | มาก |
| 5 | บุคลากรไม่มีความรู้และความสามารถด้านมวยไทยพอที่จะฝึกและสอนให้ผู้เรียนประสบความสำเร็จ | 3.47 | 0.82 | ปานกลาง |
| 6 | การจัดการเรียนการสอนของค่ายมวยต่าง ๆ ไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันและเกิดการโจมตีซึ่งกันและกัน | 3.85 | 0.59 | มาก |
| 7 | นักมวยจากค่ายต่าง ๆ โดยเฉพาะชาวต่างชาติเคลือบแคลงสงสัยการตัดสินใจของกรรมการ | 3.44 | 0.88 | ปานกลาง |
| 8 | บุคลากรและนักมวยของค่ายมีปัญหาด้านครอบครัวซึ่งมีผลกระทบต่องาน | 4.12 | 1.02 | มาก |
| 9 | บุคลากรด้านค่ายมวยที่เป็นคนในพื้นที่มีจำกัดจึงต้องพึ่งพิงจากแหล่งอื่นทำให้ค่าใช้จ่ายสูง | 3.71 | 0.93 | มาก |
| 10 | นักเรียนในค่ายส่วนใหญ่จะถือวีซ่านักท่องเที่ยวจึงทำให้มีข้อจำกัดด้านเวลาไม่สามารถเรียนจนจบหลักสูตรได้ | 4.70 | 0.79 | มากที่สุด |
| 11 | บุคลากรของค่ายขาดทักษะในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษและภาษาอื่นที่จำเป็น | 4.01 | 0.48 | มาก |

ตารางที่ 4.1.2.2 (ต่อ)

| ข้อ | ปัญหา | \bar{x} | SD | ระดับ |
|------------|---|-----------|------|---------|
| 12 | นักท่องเที่ยวถูกเอารถเช่าเปรียบจากรถแท็กซี่และรถโดยสารโดยเฉพาะขณะเดินทางจากสนามบินไปค่ายมวย | 3.49 | 0.92 | ปานกลาง |
| n = 174 | | | | |
| รวม | | 4.01 | 0.75 | มาก |

ตารางที่ 4.2.2 แสดงว่า พื้นที่อันดามันประสบปัญหาการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปะการแสดงที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านค่ายมวย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.01$) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่ายมวยในอันดามันมีปัญหาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวไม่สามารถเรียนจนจบหลักสูตรที่กำหนดได้เนื่องจากข้อจำกัดของอายุวีซ่า ($\bar{x} = 4.70$) และ ชาวต่างชาติเข้ามาเป็นคู่แข่งชั้นทางธุรกิจด้านค่ายมวยไทยจำนวนมากขึ้น ($\bar{x} = 4.70$)

ตารางที่ 4.1.2.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย

กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของพื้นที่อันดามันด้านสถานประกอบการนำเที่ยว

| ข้อ | ปัญหา | \bar{x} | SD | ระดับ |
|------------|---|-----------|------|-----------|
| 1 | นักท่องเที่ยวบ่นและผิดหวังเกี่ยวกับความไม่เป็นมาตรฐานของเวที และค่ายมวย | 3.80 | 0.91 | มาก |
| 2 | มักคุเทศก์ไม่มีความรู้เรื่องมวยไทยอย่างแท้จริง | 4.19 | 1.02 | มาก |
| 3 | มักคุเทศก์ขาดทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ ที่จำเป็น | 4.03 | 0.78 | มาก |
| 4 | มักคุเทศก์ขาดเรื่องเล่าสำหรับบรรยายประกอบการนำเที่ยว | 4.68 | 0.84 | มากที่สุด |
| 5 | เวทีมวยไม่มีกำหนดการจัดการแข่งขันที่แน่นอนทำให้ยากแก่การจ้ดนำเที่ยว | 4.23 | 0.79 | มาก |
| 6 | การกำหนดราคาในการเข้าร่วมกิจกรรมด้านมวยไทยไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน | 4.51 | 0.72 | มากที่สุด |
| n = 174 | | | | |
| รวม | | 4.24 | 0.80 | มาก |

ตารางที่ 4.1.2.3 แสดงว่า พื้นที่อันดามันประสบปัญหาการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปปะการแสดงที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านสถานประกอบการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.24$) อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าสถานประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามันมีปัญหาเกี่ยวกับ มักคุเทศก์ขาดเรื่องเล่าสำหรับบรรยายประกอบการนำเที่ยว ($\bar{x} = 4.68$) และการกำหนดราคาในการเข้าร่วมกิจกรรมด้านมวยไทยไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ($\bar{x} = 4.51$)

ข้อมูลซึ่งเป็นปัญหาจากแบบสอบถามปลายเปิด

| ลำดับที่ | ปัญหา | จำนวน |
|----------|---|-------|
| 1 | การขอวีซ่าให้นักท่องเที่ยวสามารถพำนักอยู่ในประเทศเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยตามหลักสูตรเป็นไปด้วยความยากลำบาก | 13 |
| 2 | การขอวีซ่าเพื่อให้ครูมวยไทยไปปฏิบัติภาระกิจในต่างประเทศมีขั้นตอนมากมายและเป็นไปด้วยความยุ่งยาก | 4 |
| 3 | การจัดการแข่งขันมวยไทยแต่ละครั้งต้องผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมากมายหลายขั้นตอนและเป็นไปด้วยความล่าช้า | 13 |
| 4 | การแข่งขันในเชิงธุรกิจทำให้เกิดการแย่งลูกค้าและตัดราคาสินค้าอย่างไม่เกรงใจมีผลทำให้เกิดการทะเลาะวิวาทและมีผลกระทบต่อการค้าในธุรกิจโดยรวม | 11 |
| 5 | การประชาสัมพันธ์โดยผ่านระบบสื่อสารมวลชนไม่ว่าจะเป็นการจ้างรถโฆษณา การกระจายเสียงทางวิทยุ การกระจายเสียงทางโทรทัศน์ และการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ต้องใช้ทุนสูงและบางครั้งไม่คุ้มค่า | 9 |
| 6 | การสื่อสารระหว่างบุคลากรด้านธุรกิจมวยไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นไปอย่างติดขัดเนื่องจากอุปสรรคทางด้านภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร บางครั้งทำให้เกิดความเข้าใจผิดและเสียลูกค้า | 6 |
| 7 | การพากย์และให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวขณะแสดงหรือแข่งขันชกมวยไทยด้วยภาษาอังกฤษยังไม่ราบรื่นและเร้าใจชวนให้ติดตาม | 7 |
| 8 | นักท่องเที่ยวต่างชาติยังไม่เข้าใจเกี่ยวกับการเล่นการเดิมพัน ประกอบกับการสื่อสารผิดพลาด จึงทำให้เกิดการทะเลาะวิวาททั้งกับคนไทยและชาวต่างชาติด้วยกัน | 3 |

เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 1 เกี่ยวกับภูมิหลังและปัญหาการดำเนินธุรกิจมวยไทยในพื้นที่อันดามันสามารถสรุปได้ว่า ธุรกิจนี้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการเริ่มเข้ามาของนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ประมาณ 40 ปีที่ผ่านมาและประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตามพบว่าผู้ประกอบการก็ประสบปัญหามากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าเช่าที่แพง วีซ่านักท่องเที่ยวมีระยะเวลาจำกัดอยู่ได้ไม่นาน มีคู่แข่งชาวต่างชาติเพิ่มขึ้น มีการแข่งขันช่วงชิงและตัดราคาสินค้ากันเอง และเรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทยไม่น่าสนใจ ตลอดจนเกิดอุปสรรคในการติดต่อสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษระหว่างนักท่องเที่ยวกับมัคคุเทศก์

4.2 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

ของพื้นที่อันดามัน โดยการวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)

4.2.1 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

ตารางที่ 4.2.1.1 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้านการบริหารจัดการ

| จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
|---|---|
| <p>1. ค่ายมวยและสนามมวยจะบริหารจัดการธุรกิจภายใต้กรอบแห่งพระราชบัญญัติกีฬามวยปีพุทธศักราช 2542 อีกทั้งอยู่ในการกำกับดูแลของกรรกีฬาท้องถิ่นไทย จึงทำให้การดำเนินกิจการเป็นไปอย่างเหมาะสม</p> <p>2. การประกอบธุรกิจนำเที่ยวในพื้นที่อันดามัน ซึ่งในที่นี่หมายถึงการนำเที่ยวด้านมวยไทยด้วย จะดำเนินการภายใต้การควบคุมดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ เขต 4 จังหวัดภูเก็ต จึงทำให้สถานประกอบการดังกล่าวมีแนวปฏิบัติที่เป็นรูปแบบเดียวกัน</p> <p>3. การบริหารจัดการแบบใช้เครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างกรรกีฬาท้องถิ่นไทย องค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ค่ายมวย เวทีมวย บริษัทนำเที่ยว และโรงแรมที่พัก และอื่น ๆ เท่าที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ ซึ่งอาจจะไม่ได้มีรูปแบบนักก็มิผลทำให้การดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามันประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง</p> | <p>1. การจัดระบบข้อมูลสารสนเทศของเวทีมวย ค่ายมวย และสถานประกอบการด้านการนำเที่ยวยังไม่ครอบคลุมกิจกรรมด้านมวยไทย ตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมอื่น ๆ</p> <p>2. เวทีมวย ค่ายมวย และสถานประกอบการด้านการนำเที่ยวขาดความรู้ด้านบริหารจัดการในเชิงธุรกิจ โดยเฉพาะการดำเนินการทางการตลาด ทั้งทางด้านตัวผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์</p> <p>3. พื้นที่อันดามันยังไม่มีองค์กรกลาง เช่น ชมรม สมาคม หรือมูลนิธิ ด้านธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อทำหน้าที่ประสานงานและพัฒนาส่งเสริมการดำเนินธุรกิจดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จ</p> <p>4. พื้นที่อันดามันยังไม่ได้นำมาตราฐานมวยไทยมาปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจเพื่อจัดการความเสี่ยง (Risk management) ตามข้อเสนอแนะของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาอย่างจริงจัง</p> |

จากตารางที่ 4.2.1.1 สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่อันดามันมีจุดแข็งและจุดอ่อนของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนกีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านการบริหารจัดการ ดังนี้

จุดแข็ง คือ การบริหารจัดการเวทีและค่ายมวยไทยจะอยู่ในกรอบของพระราชบัญญัติมวยปีพุทธศักราช 2542 และอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทยจังหวัด ส่วนสถานประกอบการนำเที่ยวก็จะอยู่ในการควบคุมและแนะนำของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ เขต 4 จังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ยังมีเครือข่ายเชื่อมโยงทางธุรกิจระหว่างเวทีมวยค่ายมวย และสถานประกอบการนำเที่ยวอีกด้วย

จุดอ่อน คือ เวทีมวย ค่ายมวย และสถานประกอบการนำเที่ยว ขาดระบบสารสนเทศที่ดี ขาดประสบการณ์และความรู้ด้านการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ ขาดองค์การกลางคอยอำนวยความสะดวกและประสานงาน และไม่ได้นำมาตรฐานมวยไทยตามข้อเสนอแนะของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามาใช้อย่างเป็นทางการ

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้เทคนิค IFE จากตาราง IFAS ปรากฏว่า ได้คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) โดยรวม 2.80 คะแนน นั่นก็หมายความว่า ในภาพรวมการบริหารจัดการธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามันมีศักยภาพในการแข่งขันที่เข้มแข็งพอสมควร สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ในระดับหนึ่ง ดังรายละเอียดในภาคผนวก ค

ตารางที่ 4.2.1.2 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้านผลิตภัณฑ์และการตลาด

| จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
|---|--|
| <p>1. พื้นที่อันดามันอยู่ในภูมิภาคซึ่งเป็นที่ก่อเกิดของ “มวยเชื้อไชยา” คือเป็นศิลปะมวยไทยที่เกิดจากการนำเอาความโดดเด่นของมวยพระนครกับมวยไชยามาใช้อย่างประสมประสานอย่างลงตัว จึงทำให้มวยเชื้อไชยาแพรวพราวไปด้วยแม่ไม้ที่สวยงามและอาวุธที่คมชัด ที่สำคัญคือเรียนรู้ได้ง่ายและสามารถต่อกับคู่ต่อสู้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่าศิลปะมวยเชื้อไชยาที่ที่พูดกันติดปากว่า “มวยไทยอันดามัน” เป็นตราสินค้า (Brandname) ที่แข็งแกร่งทั้งคุณภาพและประสิทธิภาพ</p> <p>2. มวยไทยเป็นมรดกไทยมรดกโลก ดังนั้นจึงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปไม่ว่าชาติใดภาษาใด ถึงกับมีคนกล่าวว่า “ประเทศไทยถึงแม้จะย้ายไปอยู่ส่วนไหน ๆ ของแผนที่โลก คนไทยก็ยังคงทำมาหากินกับมวยไทยได้ชั่วลูกหลาน” แสดงให้เห็นว่าลูกค้ายมวยไทยมีมากและหลากหลาย</p> <p>3. ปัจจุบันมวยไทยถือเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าแบรนด์เนมที่วางจำหน่ายทั่วโลกทั้งซีกโลกตะวันออกและตะวันตก จึงมีผลทำให้มวยไทยขยายกลุ่มลูกค้าได้ง่าย และหาพื้นที่ตลาดใหม่เพิ่มขึ้นโดยไม่ยากนัก</p> <p>4. มวยไทยสามารถขยายขอบเขตความหลากหลายของสินค้าเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าใหม่ได้ กล่าวคือ ประยุกต์ไปใช้กับการออกกำลังกาย และนาฏศิลป์ เช่น มวยไทยแอโรบิค และ คีตมวยไทย เป็นต้น</p> | <p>1. ปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกซึ่งหมายรวมถึงประเทศไทยด้วยกำลังเผชิญกับความเปราะบางต่อการถดถอยของเศรษฐกิจ มีผลทำให้วัฏจักรการดำเนินธุรกิจมวยไทยในตลาดโลกขาดช่วงขาดตอนไม่ครบวงจรตามที่ควรจะเป็น</p> <p>2. ด้วยชื่อชั้นของกรุงเทพมหานครและปริมาณพล โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านวงกรมวยไทยนับว่าสนามมวยลุมพินี เวทีราชดำเนิน และค่ายมวยต่าง ๆ ยังสามารถครองตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างเหนียวแน่น มีผลกระทบต่อกิจการด้านมวยไทยของภูมิภาคเป็นอย่างมาก</p> <p>3. ภูมิภาคทางเหนือและตะวันออกเฉียงเหนือประกอบไปด้วยเมืองท่องเที่ยวและค่ายมวยดังเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดเชียงใหม่เป็นแรงบันดาลใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยในภูมิภาคดังกล่าวไม่ขาดสาย</p> <p>4. เกาะสมุย และวนอุทยานเขาสมุย อำเภอพนมจังหวัดสุราษฎร์ธานี นับเป็นคู่แข่งขั้นทางการตลาดที่สำคัญของพื้นที่อันดามันทุกด้าน หมายรวมถึงธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่ายมวยแบบครบวงจรของนักมวยดังในอดีตบริเวณเกาะสมุย และค่ายมวยของ “วรพจน์ เพชรคุ้ม” นักชกทีมชาติไทยที่อำเภอพนม สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ได้เป็นอย่างดี</p> |

ตารางที่ 4.2.1.2 (ต่อ)

| จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
|---|--|
| <p>คือนอกจากจะขายความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมแล้ว ยังขายเป็นสินค้าประเภทกีฬาอาชีพทั้งในกลุ่มบุรุษ สตรี และเยาวชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันกลุ่มลูกค้าใหม่ที่หลงใหลการต่อสู้แบบไร้ขีดจำกัดนิยมนำอาวุธมวยไทยไปใช้ เป็นไม้ตายในการเอาชนะคู่ต่อสู้ได้อย่างเด็ดขาด อีกด้วย</p> <p>5. ปัจจุบันมวยไทยมีโอกาสในการแสวงหาประโยชน์จากความสามารถในการแข่งขันไปสู่ธุรกิจใหม่ได้ง่าย เช่น ธุรกิจเสื้อผ้ามวยไทย ของที่ระลึกอันได้แก่ตุ๊กตาเซรามิคมวยไทย เป็นต้น</p> <p>6. ด้วยชื่อชั้นของมวยไทย มรดกไทย มรดกโลก และการวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่องในฐานะกีฬาอาชีพจนปัจจุบัน จึงสามารถดึงส่วนครองตลาดจากคู่แข่งทางการค้าด้านศิลปะการต่อสู้ เช่น มวยจีน เทควันโดของเกาหลี ยูโดของญี่ปุ่น และปัญจกีฬาต่อสู้ของมาเลเซีย เป็นต้น ได้โดยปราศจากเงื่อนไข</p> <p>7. ปัจจุบันมวยไทยได้แสวงหาประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การนำหลักการทางวิทยาศาสตร์การกีฬามาใช้ในการฝึกซ้อม และนำเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการติดต่อค้าขายเพื่อเพิ่มโอกาสแห่งความสำเร็จ</p> <p>8. ประเทศไทยมีศูนย์บริการการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกระจายอยู่ทั่วโลก ซึ่งสามารถทำหน้าที่เป็นหน่วยขายและประชาสัมพันธ์ ตลอดจนโฆษณาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวซึ่งหมายรวมถึงมวยไทยด้วย</p> | <p>5. ปัจจุบันประเทศไทยติดนามถือเป็นผู้แข่งขันด้านตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว รายใหม่ที่มีศักยภาพ ซึ่งเป็นผลพวงของนโยบายเชิงรุกด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล ดังนั้นจึงไม่เป็นที่แปลกใจเลยว่า ทำไมจึงเกิดค่ายและเวทีมวยไทยในเมืองท่องเที่ยวของเวียดนามมากมายและเป็นไปอย่างต่อเนื่อง</p> <p>6. ปัจจุบันรสนิยมและความต้องการของลูกค้ามวยไทยซึ่งเป็นชาวต่างชาติเปลี่ยนแปลงไป คือเปลี่ยนจากการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวในฐานะที่เป็นศิลปะการต่อสู้ประจำชาติไทยไปเป็นความมั่งหวังในเชิงธุรกิจ ซึ่งมีผลทำให้เวทีมวยไทยสั้นลงและขาดความยั่งยืน</p> <p>7. ปัจจุบันอัตราการเจริญเติบโตของตลาดมวยไทยในอันดามันและพื้นที่อื่นทั่วประเทศลดลง ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากความผันผวนทางเศรษฐกิจ ประกอบกับการเกิดขึ้นของธุรกิจค่ายมวยไทยในต่างประเทศซึ่งเป็นไปอย่างรวดเร็วและกระจายตัวครอบคลุมเกือบทุกพื้นที่ทั่วโลก</p> <p>8. ปัจจุบันมวยไทยเผชิญวิกฤตเกี่ยวกับการสูญเสียตลาดให้กับสินค้าทดแทน ซึ่งเป็นศิลปะป้องกันตัวรูปแบบอื่น ที่นับวันจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวงการต่อสู้แบบไร้ขีดจำกัด (Ultimate Fighting) อันได้แก่ บราซิลเลียน ยิวยิตสู กังฟู นินจา คาราเต้ เทควันโด และอื่น ๆ ตัวอย่างเช่นปัจจุบันมีชาวต่างชาติเข้ามาเปิดธุรกิจสอนศิลปะการ</p> |

| ต่อผู้แบบบราซิเลียน ยิวยิตส์ | |
|--|---|
| ตารางที่ 4.2.1.2 (ต่อ) | |
| จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
| <p>9. ค่ายมวยไทยที่ดำเนินธุรกิจโดยคนไทยในต่างประเทศซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากเป็นเสมือนเครือข่ายที่ทำหน้าที่ติดต่อค้าขายด้านธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะของศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Center)</p> <p>10. มวยไทยเป็นสินค้าคุณภาพประเภทศิลปะการต่อสู้ที่เข้าสู่ตลาดโลกเป็นรายแรก ๆ และเป็นสินค้าติดปากผู้บริโภคในระดับต้น ๆ สมกับที่ได้รับการกล่าวขานว่า “มวยไทย มรดกไทย มรดกโลก” จนเป็นที่รู้จักของคนทุกชาติทุกภาษาแบบอมตะนิรันดร์กาลจนถึงปัจจุบัน</p> | <p>ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่ตำบลคลอง และราไวย์ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น</p> |

จากตารางที่ 4.2.1.2 สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่อันดามันมีจุดแข็งและจุดอ่อนของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนกีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านผลิตภัณฑ์และการทำตลาด ดังนี้

จุดแข็ง คือ มวยไทยเป็นสินค้าประเภทศิลปะป้องกันตัวที่เข้าสู่ตลาดโลกเป็นรายแรก ๆ และ “มวยไทยอันดามัน” ก็เป็นตราสินค้า (Brandname) ที่แข็งแกร่ง มีลูกค้าจำนวนมากและหลากหลาย ขยายกลุ่มลูกค้าและหาตลาดใหม่ได้ง่าย ขยายขอบเขตความหลากหลายของสินค้าเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าใหม่ได้อย่างกว้างขวาง แสวงหาประโยชน์จากความสามารถในการแข่งขันไปสู่ธุรกิจใหม่ได้ง่าย ดึงส่วนครองตลาดจากคู่แข่งได้อย่างเด็ดขาด นอกจากนี้ยังนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการติดต่อค้าขายและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญคือมวยไทยมีตลาดดั้งเดิม และมีหน่วยขายทั่วโลก

จุดอ่อน คือ ความเปราะบางต่อการถดถอยของเศรษฐกิจในปัจจุบัน มีคู่แข่งทั้งรายเก่าและรายใหม่ที่มีศักยภาพ การสูญเสียตลาดให้กับสินค้าทดแทน รสนิยมและความต้องการของลูกค้ามวยไทยซึ่งเป็นชาวต่างชาติเปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนอันตรายการเจริญเติบโตของตลาดมวยไทยในอันดามันลดลง เพราะการขยายตัวของธุรกิจมวยไทยในต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้เทคนิค IFE จากตาราง IFAS ปรากฏว่า ได้คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) โดยรวม 3.08 คะแนน นั่นก็หมายความว่า ในภาพรวมผลิตภัณฑ์และการทำตลาดด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามันมีศักยภาพในการแข่งขันที่เข้มแข็งมาก สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้เป็นอย่างดี ดังรายละเอียดในภาคผนวก ค

ตารางที่ 4.2.1.3 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้านบุคลากร

| จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
|--|---|
| <p>1. เจ้าของและผู้จัดการเวทีมวยหรือค่ายมวยส่วนใหญ่ผ่านการเป็นนักมวย กรรมการผู้ตัดสินและครูมวย ดังนั้นมีความรอบรู้ด้านกีฬามวยไทยเป็นอย่างดี</p> <p>2. เจ้าของและผู้จัดการเวทีมวยหรือค่ายมวยส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น ดังนั้นจึงมีชำนาญในพื้นที่และเข้าใจสภาพแวดล้อมและภูมิอากาศของพื้นที่อันดามันเป็นอย่างดี</p> <p>3. กรรมการ ผู้ตัดสิน เทรนเนอร์ บุคลากรอื่น ๆ เช่น เจ้าหน้าที่ล่อเป้า เป็นต้นส่วนใหญ่ผ่านการเป็นนักมวยและครูมวย และบางคนสำเร็จปริญญาตรีทางด้านพลศึกษา ดังนั้นจึงมีความรู้ความสามารถในการฝึกสอน และตัดสินเป็นอย่างดี</p> <p>4. กรรมการ ผู้ตัดสิน และบุคลากรอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ จึงมีความรู้จักมักคุ้นกันเป็นอย่างดี ดังนั้นจึงสามารถติดต่อประสานงานและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างสันติวิธี</p> <p>5. ผู้ประกอบธุรกิจด้านการนำเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งมัคคุเทศก์ส่วนใหญ่ได้รับใบประกอบวิชาชีพมัคคุเทศก์ในพื้นที่ ดังนั้นจึงมีความรอบรู้พื้นที่และมีจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพอย่างเต็มเปี่ยม</p> <p>6. อันดามันมีสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ และมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตเป็นหน่วยงานผลิตบุคลากรด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ</p> | <p>1. เจ้าของและผู้จัดการเวทีมวยและค่ายมวยขาดองค์ความรู้และประสบการณ์ด้านการบริหารองค์กรในเชิงธุรกิจ</p> <p>2. เจ้าของ ผู้จัดการ เทรนเนอร์ กรรมการตัดสิน ตลอดจนบุคลากรที่เกี่ยวข้องขาดทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ ที่จำเป็น</p> <p>3. บุคลากรที่ทำงานใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว เช่น เทรนเนอร์ เจ้าหน้าที่ล่อเป้า และคนครัว เป็นต้น ไม่เข้าใจธรรมชาติและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งมาจากหลากหลายเชื้อชาติ</p> <p>4. บุคลากรผู้เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น เทรนเนอร์ กรรมการผู้ตัดสิน และอื่น ๆ ทำงานแข่งกับเวลาและหวังผลกำไรเกินกว่าเหตุ จึงทำให้เกิดความอ่อนล้าทั้งการและใจมีผลทำให้การทำงานขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผล</p> <p>5. บุคลากรที่มีความสามารถและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวมีงานล้นมือและรับงานหลายหน้าหลายสถานที่ จึงทำให้ปัญหาเรื่องการจัดสรรเวลาไม่ลงตัว ผลที่ตามมาคือเกิดการทะเลาะเบาะแว้งไม่เข้าใจกัน</p> <p>6. บุคลากรไม่สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่เนื่องจากปัญหาเล็ก ๆ น้อย ๆ ในครอบครัว เช่น ความหึงหวงและหวาดระแวงของภรรยาอันเนื่องมาจากเทรนเนอร์ชายกับนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นลูกศิษย์สาว เป็นต้น</p> |

ตารางที่ 4.3.1.3 (ต่อ)

| จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
|---------------------|---|
| | 7. บุคลากรเสริมเช่นคนขับแท็กซี่ เจ้าของร้านอาหาร และอื่น ๆ ขาดจิตสาธารณะและเอาวัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว |

จากตารางที่ 4.2.1.3 สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่อันดามันมีจุดแข็งและจุดอ่อนของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนกีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านบุคลากร ดังนี้

จุดแข็ง คือ เจ้าของค่ายมวย ผู้จัดการค่ายมวย เทรนเนอร์ และบุคลากรอื่น ๆ ผ่านการเป็นนักมวย กรรมการผู้ตัดสิน และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องมาก่อน หรือไม่ก็เป็นผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาพลศึกษาซึ่งมีความรู้โดยตรง นอกจากนี้ยังเป็นบุคลากรในท้องถิ่นที่มีความคุ้นเคยกันและมีความเข้าใจสถานการณ์ต่าง ๆ ในอันดามันเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งสามารถประสานงานระหว่างกันและแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้โดยไม่ยากนัก

จุดอ่อน คือ เจ้าของค่ายมวย และผู้จัดการค่ายมวยขาดความรู้ด้านการบริหารองค์กรธุรกิจ บุคลากรซึ่งหมายรวมถึงเจ้าของและผู้จัดการค่ายมวย ขาดทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษและภาษาอื่นที่จำเป็น ตลอดจนขาดความเข้าใจธรรมชาติและวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นชาวต่างชาติ บุคลากรมีงานล้นมือ รั้งงานหลายสถานที่ ทำงานแข่งกับเวลา จัดสรรเวลาไม่ลงตัว ทำให้เกิดการทะเลาะเบาะแว้ง นอกจากนี้บุคลากรยังมีปัญหาครอบครัวเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่ก็มีผลกระทบต่อการทำงานเป็นอย่างมาก ที่สำคัญที่สุดคือบุคลากรเสริมเช่น คนขับรถแท็กซี่ เจ้าของร้านอาหาร และอื่น ๆ ขาดจิตสาธารณะและเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้เทคนิค IFE จากตาราง IFAS ปรากฏว่า ได้คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) โดยรวม 3.01 คะแนน นั่นก็หมายความว่า ในภาพรวมบุคลากรของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามันมีศักยภาพในการแข่งขันที่เข้มแข็งมาก สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้เป็นอย่างดี ดังรายละเอียดในภาคผนวก ค

ตารางที่ 4.2.1.4 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในด้านต้นทุนและทรัพยากรทางการเงิน

| จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
|---|--|
| <p>1. ผู้ประกอบธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่มีต้นทุนหลัก คือองค์ความรู้เรื่องหมัดมวยอยู่ในสายเลือดในฐานะที่เป็นคนไทยอย่างเต็มเปี่ยม โดยไม่ต้องลงทุนและเสาะแสวงจากที่ไหน</p> <p>2. ผู้ประกอบธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมีต้นทุนด้านบุคลากร ซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทย เช่น อดีตนักมวยอาชีพ ผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาพลศึกษา ตลอดจนเป็นคนในพื้นที่ ซึ่งสามารถลดต้นทุนด้านที่พัก การเดินทางไกล และค่าใส่หุ้ยอื่น ๆ ได้เป็นจำนวนมาก</p> <p>3. สถานประกอบการด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจโดยจดทะเบียนการค้าในรูปของบริษัทและห้างหุ้นส่วนจำกัด ดังนั้นจึงมีระบบการบริหารจัดการด้านการเงินที่ดีในระดับหนึ่ง</p> <p>4. ผู้ประกอบการด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามันมีแหล่งทุนหมุนเวียนสำหรับการดำเนินธุรกิจหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อวันที่ 25 เมษายน 2552 ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย หรือที่เรียกติดปากว่า เอสเอ็มอี แบงก์ (SMEs bank) ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐ ได้เปิดเมนู "วิกฤต SMEs" ปล່อยสินเชื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามันให้เกิด</p> | <p>1. ผู้ประกอบธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นเอกชนเข้าไม่ถึงแหล่งทุน เนื่องจากขั้นตอนที่ซับซ้อน ตลอดจนสภาพที่เป็นอยู่ไม่สอดคล้องกับระเบียบและกฎเกณฑ์ของแหล่งทุน</p> <p>2. ผู้ประกอบธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวหันไปพึ่งแหล่งเงินกู้ในระบบ ทั้งนี้เพื่อแก้ปัญหาธุรกิจเร่งด่วนที่ไม่สามารถร้งรอได้</p> <p>3. ผู้ประกอบธุรกิจในพื้นที่อันดามันมีจำนวนมากและหลากหลายประเภท ทั้งนี้เพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ดังนั้นจึงทำให้ความต้องการด้านทุนไม่สอดคล้องกับแหล่งทุนที่มีอยู่</p> |

ตารางที่ 4.2.1.4 (ต่อ)

| จุดแข็ง (Strengths) | จุดอ่อน (Weaknesses) |
|--|----------------------|
| สภาพคล่อง อันเนื่องมาจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ การกรปิดท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ตลอดจนสถานการณ์การเมืองที่ผ่านมา | |

จากตารางที่ 4.2.1.4 สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่อันดามันมีจุดแข็งและจุดอ่อนของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านต้นทุนและทรัพยากรทางการเงิน ดังนี้

จุดแข็ง คือ ผู้ประกอบธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวทั้ง ทั้งเจ้าของ ผู้จัดการ และบุคลากร มีความรู้ความสามารถด้านมวยไทยเป็นอย่างดี ประกอบกับส่วนใหญ่ยังเป็นคนในพื้นที่ ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นต้นทุนหลักที่ไม่ต้องเสาะแสวงหาในการประกอบวิชาชีพดังกล่าวให้สำเร็จ นอกจากนี้พื้นที่อันดามันมีแหล่งทุนกู้เพื่อประกอบธุรกิจมากมาย โดยเฉพาะธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทยได้ปล่อยสินเชื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในอันดามันตั้งแต่ปี พ.ศ.2552 จนถึงปัจจุบันอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง

จุดอ่อน คือ ผู้ประกอบธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นเอกชนเข้าถึงไม่ถึงแหล่งทุน สถานภาพของสถานประกอบการไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดของแหล่งทุน และจำนวนผู้ต้องการทุนมีมากไม่สมดุลกับแหล่งทุนที่มีอยู่

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยใช้เทคนิค IFE จากตาราง IFAS ปรากฏว่า ได้คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) โดยรวม 2.90 คะแนน นั่นก็หมายความว่า ในภาพรวมต้นทุนและทรัพยากรทางการเงินของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามัน มีศักยภาพในการแข่งขันที่เข้มแข็งพอประมาณ สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ในระดับหนึ่ง ดังรายละเอียดในภาคผนวก ค

4.2.2 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

ตารางที่ 4.2.2.1 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้านทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม

| โอกาส (Opportunities) | อุปสรรค (Threats) |
|---|--|
| <p>1. พื้นที่อันดามันมีสภาพภูมิประเทศที่ประกอบด้วยเกาะน้อยใหญ่จำนวนมาก เช่น เกาะภูเก็ต หมู่เกาะพีพีและหมู่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ หมู่เกาะสุรินทร์และหมู่เกาะสิมิลันจังหวัดพังงา เป็นต้น เกาะต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีชื่อเสียงเป็นที่ถูกตาต้องใจของคนทั่วทุกมุมโลก</p> <p>2. พื้นที่อันดามันประกอบไปด้วยธรรมชาติและสภาพแวดล้อมที่เป็นภูเขาน้อยใหญ่และผืนป่ามากมายที่ยังคงมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์</p> <p>3. พื้นที่อันดามันเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก ซึ่งประกอบไปด้วยจังหวัดท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงถึง 3 จังหวัดคือ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่</p> <p>4. พื้นที่อันดามันมีสภาพภูมิประเทศแบบชายทะเล ซึ่งพรั่งพร้อมไปด้วยสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอันได้แก่ ทะเล (Sea) ททราย (Sand) และแสงอาทิตย์ (Sun) ครอบคลุมอยู่ทุกพื้นที่</p> <p>5. ทั่วทุกพื้นที่อันดามันประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันมีอนุสรณ์สถาน “สึนามิ” เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในจังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา จังหวัดกระบี่ และจังหวัดใกล้เคียงไม่ขาดสาย</p> | <p>1. พื้นที่อันดามันเป็นเมืองท่องเที่ยวทางทะเล ดังนั้นจึงมีข้อจำกัดเกี่ยวกับความแปรปรวนของสภาพดินฟ้าอากาศ การเกิดมรสุมอยู่เนือง ๆ ตลอดจนการเกิดวิบัติภัยธรรมชาติต่าง ๆ</p> <p>2. พื้นที่อันดามันแม้จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลก แต่ก็เหมือนดาบสองคม กล่าวคือในบางพื้นที่ยังประสบปัญหาด้านมลภาวะของสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาขยะมูลฝอยซึ่งจะนำไปสู่ปัญหามลพิษในที่สุด</p> |

จากตารางที่ 4.2.2.1 สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่อันดามันมีโอกาสและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม ดังนี้

โอกาส คือ พื้นที่อันดามันประกอบด้วยสภาพภูมิประเทศที่สวยงามและอุดมไปด้วยระบบนิเวศที่สมบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกที่พร้อมด้วยปัจจัยดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น ทะเล หาดทราย และ แสงอาทิตย์ นอกจากนี้ จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ยังเป็นพื้นที่สามเหลี่ยมอันดามันทอดเรียงรายกันอย่างลงตัวและเดินทางระหว่างกันอย่างสะดวก ซึ่งแต่ละจังหวัดยังเป็นที่ตั้งของอนุสรณ์สถาน “สินามิ” ที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ไม่ขาดสาย

อุปสรรค คือ พื้นที่อันดามันมีข้อจำกัดเกี่ยวกับสภาพดินฟ้าอากาศและวิถีภัยธรรมชาติอยู่เนื่อง ๆ

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้เทคนิค EFE จากตาราง EFAS ปรากฏว่า ได้คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) โดยรวม 3.15 คะแนน นั่นก็หมายความว่า ในภาพรวมทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมของอันดามันสามารถตอบสนองของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคได้ดีมาก ดังรายละเอียดในภาคผนวก ค

ตารางที่ 4.2.2.2 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้านโครงสร้างพื้นฐาน
และสิ่งอำนวยความสะดวก

| โอกาส (Opportunities) | อุปสรรค (Threats) |
|--|---|
| <p>1. พื้นที่อันดามันประกอบไปด้วยสนามบินนานาชาติถึง 2 แห่ง คือ สนามบินนานาชาติจังหวัดภูเก็ต และสนามบินนานาชาติจังหวัดกระบี่ ที่สำคัญคือสนามบินดังกล่าวยังเป็นศูนย์กลางของการบินในภูมิภาคอีกด้วย</p> <p>2. พื้นที่อันดามันมีเส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อกันทั้งทางบกและทางทะเล โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่อันดามันมีถนนสายหลักซึ่งเป็นทางหลวง 4 ช่องจราจรเชื่อมต่อกันระหว่างจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ ตลอดจนจังหวัดตรัง นอกจากนี้ยังมีท่าเทียบเรือท่องเที่ยวและเรือยอร์ช ซึ่งกระจุกกระจายครอบคลุมอยู่ทั่วทุกพื้นที่</p> <p>3. พื้นที่อันดามันมีท่าเทียบเรือมาตรฐานสำหรับบริการรับส่งนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศกระจุกกระจายครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่</p> <p>4. พื้นที่อันดามันมีโรงพยาบาลที่ได้รับมาตรฐานโรงพยาบาลอย่างน้อย 2 แห่ง และที่กำลังพัฒนาไปสู่ความเป็นมาตรฐานทั้งโรงพยาบาลภาครัฐและเอกชน อย่างน้อย 3 แห่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในปี พ.ศ.2552 ที่ผ่านมาจังหวัดกระบี่ยังได้จัดทำโครงการพัฒนาโรงพยาบาลจังหวัดให้เป็นโรงพยาบาลศูนย์อีกด้วย</p> | <p>1. ถนนในตัวเมืองของบางพื้นที่คับแคบมีผลทำให้การจราจรติดขัดเป็นอุปสรรคต่อการสัญจรไปมา และเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้ง</p> <p>2. ถนนที่เชื่อมต่อกันสายหลักเพื่อไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเปลี่ยวและเป็นหลุมบ่อ ทำให้การเดินทางล่าช้าและเป็นอันตราย</p> <p>3. ป้ายบอกทางไม่ชัดเจนและมีจำกัดไม่เพียงพอต่อการใช้เป็นข้อมูลในการเดินทางของนักท่องเที่ยว</p> <p>4. การเดินทางทางน้ำยังขาดความพร้อมเกี่ยวกับระบบการรักษาความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เช่น เรือหางยาวไม่มีเสื้อชูชีพบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น</p> <p>5. ตารางเดินรถและเดินเรือไม่แน่นอนตลอดจนเจ้าหน้าที่ไม่ว่าจะเป็น คนขายตั๋ว คนขับ กระเป๋ารถและท้ายรถขาดทักษะในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จึงทำให้เข้าใจไขว้เขวเกี่ยวกับการตารางการเดินทาง</p> <p>6. บรรยากาศตลอดจนขั้นตอนต่าง ๆ ของโรงพยาบาลบางแห่งไม่เอื้ออำนวยแก่การให้บริการนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีเวลาน้อยและจำกัด ที่สำคัญคือบุคลากรของโรงพยาบาลขาดทักษะในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน</p> |

ตารางที่ 4.2.2.2 (ต่อ)

| โอกาส (Opportunities) | อุปสรรค (Threats) |
|---|-------------------|
| <p>5. พื้นที่อันดามันประกอบไปด้วยที่พักหลากหลายรูปแบบ หลากหลายระดับ และหลากหลายราคา และมีจำนวนเพียงพอที่จะตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ</p> <p>6. พื้นที่อันดามันประกอบด้วยร้านอาหารหลากหลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นแหล่งอาหารทะเลที่สดและมีคุณภาพอยู่ในอันดับต้น ๆ ของประเทศ นอกจากนี้อาหารยังมีรสชาติอร่อยถูกปากทั้งของคนไทยและต่างประเทศ</p> <p>7. พื้นที่อันดามันประกอบไปด้วยกิจกรรมนันทนาการหลากหลายไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมกีฬา บาร์ สถานบันเทิง ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างพร้อมเพรียง</p> <p>8. พื้นที่อันดามันประกอบไปด้วยกิจการเสริมการท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว ธนาคาร คลินิกแพทย์ การขนส่ง ไปรษณีย์ ปั๊มน้ำมัน ร้านค้าสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้าห้องน้ำ สาธารณะ บ้านเช่า เรือเช่า รถเช่า รถตู้ รถประจำทาง รถตุ๊กตุ๊ก รถแท็กซี่ รถลีมูซีน และรถมอเตอร์ไซด์ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณชายหาด ซึ่งมีความพร้อมของการบริการในการรองรับนักท่องเที่ยวครอบคลุมทุกพื้นที่</p> | |

จากตารางที่ 4.2.2.2 สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่อันดามันมีโอกาสและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนี้

โอกาส คือ พื้นที่อันดามันมีสนามบินนานาชาติ 2 แห่ง ได้แก่ที่จังหวัดภูเก็ต 1 แห่ง และที่จังหวัดกระบี่อีก 1 แห่ง นอกจากนี้ยังสามารถเดินทางถึงกันโดยใช้เส้นทางคมนาคมทั้งทางทะเลและทางบกซึ่งประกอบด้วยท่าเทียบเรือท่องเที่ยวมาตฐานและถนนหลวงสี่ช่องทางจราจรตลอดทาง นอกจากนี้พื้นที่อันดามันยังประกอบด้วยโรงพยาบาลที่ได้รับมาตรฐาน มีที่พักหลายรูปแบบหลายระดับ และหลายราคา เป็นแหล่งอาหารทะเลที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลาย ที่สำคัญคือพร้อมไปด้วยกิจกรรมเสริมการท่องเที่ยวอย่างพอเพียงและครบวงจร

อุปสรรค คือ ถนนในย่านชุมชนคนค่อนข้างคับแคบ และเส้นทางที่เชื่อมต่อกับถนนสายหลักไปยังแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอยู่ในสภาพทรุดโทรม เป็ลี่ยว และอันตราย นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ป้ายบอกทางยังมีจำนวนจำกัดและไม่ชัดเจน การเดินทางทางน้ำยังขาดระบบการรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม นักท่องเที่ยวบริเวณสนามบินถูกเอาเปรียบจากรถแท็กซี่และรถโดยสาร และขณะที่เจ็บป่วยก็เกิดความยุ่งยากในการเข้ารับบริการจากโรงพยาบาลภาครัฐ เนื่องจากขั้นตอนที่ซับซ้อนและอุปสรรคในด้านการสื่อสาร

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้เทคนิค EFE จากตาราง EFAS ปรากฏว่า ได้คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) โดยรวม 2.98 คะแนน นั่นก็หมายความว่า ในภาพรวมโครงสร้างพื้นฐานของอันดามันสามารถตอบสนองการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคได้ดีพอสมควร ดังรายละเอียดในภาคผนวก ค

ตารางที่ 4.2.2.3 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้านสังคมและวัฒนธรรม

| โอกาส (Opportunities) | อุปสรรค (Threats) |
|--|--|
| <p>1. พื้นที่อันดามันส่วนใหญ่ยังมีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ซึ่งเอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจทางด้านมวยไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสอดคล้องกับเจตนาภรณ์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเพื่อเรียนรู้มวยไทย รับประทานอาหารไทย และอยู่อย่างไทย</p> <p>2. พื้นที่อันดามันมีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งทางด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และภาษา สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในอันดามันไม่ขาดสาย</p> <p>3. พื้นที่อันดามันมีภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านมวยไทย ซึ่งทำค่ายมวยที่บ้าน กระจายอยู่ทั่วทุกพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่ายมวยเหล่านี้จะเป็นศูนย์กลางของการส่งเสริมเผยแพร่ และเรียนรู้ศิลปะมวยไทยของชุมชน และนักท่องเที่ยวผู้สนใจ</p> <p>4. คนในพื้นที่อันดามันมีความเป็นมิตรและอัธยาศัยไมตรีดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความคุ้นเคยเข้าใจ และมีจิตสาธารณะในการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเป็นอย่างดี</p> | <p>1. พื้นที่อันดามันเป็นแหล่งธุรกิจด้านการท่องเที่ยวระดับโลก ดังนั้นคนในภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศไทยจึงตั้งต้นเข้ามาในพื้นที่เพื่อประกอบอาชีพ ผลที่ตามมาคือทำให้วิถีการดำเนินชีวิตประจำถิ่นเปลี่ยนแปลงไป</p> <p>2. ความเจริญทางด้านวัตถุที่เข้ามาในพื้นที่มีผลกระทบโดยรวมต่อความรู้สึกนึกคิดของคน ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น</p> <p>3. คนรุ่นใหม่และเยาวชนไม่สนใจและเห็นความสำคัญของศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น มีผลทำให้การสืบทอดสิ่งดังกล่าวขาดตอนและเสื่อมถอยในที่สุด</p> |

จากตารางที่ 4.2.2.3 สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่อันดามันมีโอกาสและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปะการแสดงอื่น ๆ ด้านสังคมและวัฒนธรรม ดังนี้

โอกาส คือ พื้นที่อันดามันส่วนใหญ่ยังมีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม และมีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านมวยไทยที่ทำค่ายมวย

พื้นที่บ้านกระจัดกระจายอยู่ทั่วทุกพื้นที่ ซึ่งค่ายมวยเหล่านี้จะเป็นศูนย์กลางของการส่งเสริมเผยแพร่ และเรียนรู้ศิลปะมวยไทยของชุมชน ที่สำคัญที่สุดก็คือคนในพื้นที่อันดามันมีความเป็นมิตรมี อภัยภัยไมตรีดี และมีจิตสาธารณะช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่

อุปสรรค คือ ความเจริญทางด้านวัตถุในฐานะเมืองท่องเที่ยวทำให้วิถีการดำเนินชีวิต ประจำถิ่นและกระบวนการคิดของคนเปลี่ยนแปลงไป ที่สำคัญคือคนรุ่นใหม่และเยาวชนไม่สนใจ และเห็นความสำคัญของศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้เทคนิค EFE จากตาราง EFAS ปรากฏว่า ได้คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) โดยรวม 3.45 คะแนน นั่นก็หมายความว่า ในภาพรวมสังคมและวัฒนธรรมของอันดามันสามารถตอบสนองของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬา พื้นที่บ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคได้ดีมาก ดังรายละเอียดใน ภาคผนวก ค

ตารางที่ 4.2.2.4 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้านทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ
ตามนโยบายการจัดระเบียบ (Zoning) แหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น

| โอกาส (Opportunities) | อุปสรรค (Threats) |
|---|---|
| <p>1. ค่ายมวยและเวทีมวยในพื้นที่อันดามันส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งกระจายอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก จึงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป</p> <p>2. ทำเลที่ตั้งของค่ายมวยและเวทีมวยในอันดามันมีส่วนในการเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางค่ายจัดให้ ทั้งนี้เนื่องจากตั้งอยู่ในอาณาบริเวณที่ไม่ไกลชายหาด ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสู่อันดามันไม่ขาดสาย</p> <p>3. ค่ายมวยและเวทีมวยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ไม่ไกลย่านธุรกิจและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงมีเส้นทางคมนาคมหลายสายพาดผ่านทำให้สะดวกแก่การเดินทางสัญจรไปมา</p> <p>4. ค่ายมวยในอันดามันกระจายตัวเต็มทั่วทุกพื้นที่ ดังนั้นจึงเกิดเส้นทางท่องเที่ยวด้านมวยไทยเป็นจำนวนมาก ที่สำคัญคือทุกเส้นทางสามารถเชื่อมต่อและโยงใยถึงกันได้ อย่างเหมาะสมและลงตัวโดยใช้เวลาไม่นานนัก</p> | <p>1. เสี่ยงอีกทีที่เกิดลวดออกมาจากเวทีมวยที่ตั้งอยู่ในแหล่งซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว อาจจะมีผลกระทบต่อบรรยากาศการใช้ชีวิตของคนบางกลุ่มที่ต้องการความเงียบสงบอย่างสิ้นคิด</p> <p>2. ความจอแจของย่านธุรกิจอาจจะมีผลกระทบต่อบรรยากาศในการเรียนการสอนของค่ายมวยไทยที่ตั้งอยู่ในบริเวณดังกล่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งสิ่งดังกล่าวจะรบกวนสมาธิของนักท่องเที่ยวที่กำลังเรียนรู้ด้วยความมุ่งมั่นและตั้งใจ</p> <p>3. เวทีมวยและค่ายมวยที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวและย่านธุรกิจต้องใช้ทุนดำเนินการสูง เนื่องจากค่าเช่าที่ดินแพง ดังนั้นจึงทำให้ราคาค่าบริการสูงขึ้นตามไปด้วย ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว</p> <p>4. การจัดระเบียบ (Zoning) แหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นที่ไม่สอดคล้องกับกิจกรรม ห่างจากชุมชนและอยู่ในทำเลที่ไม่เป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว อาจเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการด้านการตลาดและมีผลกระทบต่อการทำธุรกิจในระยะยาว</p> |

จากตารางที่ 4.2.2.4 สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่อันดามันมีโอกาสและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปะการแสดงอื่น ๆ ด้านทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการ ดังนี้

4.2.3 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องระหว่างพื้นที่อันดามัน กับพื้นที่และภูมิภาคใกล้เคียงอื่น ๆ

ตารางที่ 4.2.3.1 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันระหว่าง พื้นที่อันดามัน เกาะสมุย และตำบลพนม อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี

| Key Success Factors (KSFs) | อันดามัน | เกาะสมุย | พนม |
|----------------------------|---|--|---|
| 1. การบริหารจัดการ | ภายใต้ พรบ.กีฬามวย พ.ศ. 2542 และการกำกับดูแลของ กกท และ กทท ซึ่งส่วนใหญ่จุดทะเบียนการค้าถูกต้องแบบบริษัท และห้างหุ้นส่วนจำกัด | ภายใต้ พรบ.กีฬามวย พ.ศ. 2542 และการกำกับดูแลของ กกท และ กทท และส่วนใหญ่จุดทะเบียนการค้าถูกต้อง | ภายใต้ พรบ.กีฬามวย พ.ศ. 2542 และการกำกับดูแลของ กกท และ กทท ซึ่งส่วนใหญ่จุดทะเบียนการค้าถูกต้อง แต่ส่วนหนึ่งยังเป็นค่ายมวยพื้นบ้าน |
| 2. บุคลากร | เป็นคนในพื้นที่มีความรู้และความสามารถด้านมวยไทยเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งอันดามันมีนักมวยและอดีตนักมวยซึ่งเป็นแชมป์จากเวทีต่างๆ และแชมป์โลก* ซึ่งเป็นคนในพื้นที่เป็นแรงบันดาลใจให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมด้านมวยไม่ขาดสาย | เป็นคนในพื้นที่มีความรู้และความสามารถด้านมวยไทยเป็นอย่างดี ที่สำคัญคือเกาะสมุยเป็นที่รู้จักของคนในวงการหมัดมวยฐานะเป็นภูมิลำเนาของนักชกแชมป์จากเวทีต่างๆ และแชมป์โลก** ที่มีชื่อเสียงเป็นแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่เป็นอย่างดี | เป็นคนในพื้นที่มีความรู้และความสามารถด้านมวยไทยเป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีนักชกทีมชาติไทย*** ซึ่งเป็นคนในพื้นที่เป็นแรงกระตุ้นนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ตลอดอย่างต่อเนื่อง |

* เช่น นกน้อย ซีพีเฟรชมาร์ช แชมป์โลกเยาวชนมวยสากลสมัครเล่นรุ่นไลท์ฟลายเวต 108 ปอนด์ และรางวัลนักมวยเยาวชนยอดเยี่ยม แห่งปี 2552 ของสมาคมมวยโลก (WBC)

** เช่น เด่นเก้าแสน กระทั่งแดงยิม แชมป์โลกมวยสากลสมัครเล่นรุ่นฟลายเวตของสมาคมมวยโลก (WBC)

*** วรพจน์ เพชรขุ้ม นักชกทีมชาติไทยฉายา “นักมวยวีรบุรุษเหรียญเงินโอลิมปิก” กรุงเอเธนส์ ประเทศกรีซ 2004 ปัจจุบันประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวด้านมวยไทย และการนำเที่ยวครบวงจรที่บ้านสาครลี ตำบลพนม อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายใต้ชื่อ “วรพจน์ รีสอร์ท แอนด์ ตารางที่ 4.2.3.1 (ต่อ)

| Key Success Factors (KSFs) | อันดามัน | เกาะสมุย | พนม |
|----------------------------|--|--|--|
| 3. ทรัพยากรธรรมชาติ | สภาพภูมิประเทศ ประกอบไปด้วยภูเขา ชายทะเล หมู่เกาะ น้อยใหญ่ อันมีเกาะ ภูเก็ต เกาะพีพี และ เกาะลันตา เป็นต้น กระจายอยู่ทั่วทุกพื้นที่ ได้รับประโยชน์ จาก sea sand sun อย่าง เต็มที่ ที่สำคัญคือเป็น ที่ตั้งของเมือง ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ระดับโลกถึง 3 จังหวัด | สภาพภูมิประเทศเป็น เกาะที่สวยงามและเป็น เมืองท่องเที่ยวที่มี ชื่อเสียงระดับโลก ได้รับประโยชน์ จาก sea sand sun ซึ่งเป็นสิ่ง ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว อย่างเต็มที่ | สภาพภูมิประเทศเป็น ภูเขาและน้ำตก และผืน ป่าแห่งนี้ยังคง ประกอบไปด้วยระบบ นิเวศที่อุดมสมบูรณ์ ที่สุดแห่งหนึ่ง นอกจากนี้ยังเป็นที่ตั้ง ของวนอุทยาน แห่งชาติเขาสก ซึ่งเป็น ที่รู้จักของนักท่องเที่ยว โดยทั่วไปอีกด้วย |
| 4. โครงสร้างพื้นฐาน | มีสนามบินนานาชาติ 2 แห่ง มีท่าเทียบเรือ ท่องเที่ยวและเรือยอร์ช 11 แห่ง มีถนนหลวง สี่ช่องทางจราจร เชื่อมต่อถึงกันตลอด สาย | มีแพขนานยนต์ที่ได้ มาตรฐานและ เอกลักษณ์ของเกาะสมุยเป็นสิ่งดึงดูดใจ | เป็นที่ตั้งวนอุทยาน เขาสก |
| 5. สิ่งอำนวยความสะดวก | มีที่พัก ร้านอาหาร | มีที่พัก ร้านอาหาร | มีที่พัก ร้านอาหาร |

| | | | |
|----------------------------|---|--|---|
| สะดวก | ร้านค้าส่งและค้าปลีก แหล่งซื้อปิ้งมากมาย มีรถและเรือเดินทาง ทั่วทุกพื้นที่ มีแหล่ง นันทนาการหลากหลาย มีโรงพยาบาลที่ได้ มาตรฐาน มีบริการ | ร้านค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นที่เกิดของ ตำนานฟูลมุนไนท์ ปาร์ตี้ที่มีชื่อเสียงไปทั่ว โลก ที่สำคัญคือมี ค่ายมวยยักษ์ใหญ่ชื่อ WMCLAMAI MUAY THAI CAMP อยู่ที่หาด ละมัยอีกด้วย | และพาหนะเดินทาง สำหรับบริการ นักท่องเที่ยวที่รัก สันโดด |
| ตารางที่ 4.2.3.1 (ต่อ) | | | |
| Key Success Factors (KSFs) | อันดามัน | เกาะสมุย | พนม |
| | เสริมธุรกิจ เช่นบริษัท ทัวร์ อย่างเพียงพอ | | |
| 6. สังคมและวัฒนธรรม | มีความเข้มแข็งทาง วัฒนธรรม และมีวิถี การดำเนินชีวิตที่เป็น เอกลักษณ์เฉพาะตัว | ยังคงรักษาไว้ซึ่ง ขนบธรรมเนียม ประเพณีและ วัฒนธรรม อันดั้งงาม ไว้ได้อย่างมั่นคง เช่นมี ประเพณีชักพระซึ่ง เป็นที่ชื่นชมของ นักท่องเที่ยว เป็นต้น | เป็นพื้นที่หนึ่งที่ ประชาชนยังคงมีวิถีการ ดำรงชีวิตแบบดั้งเดิม อย่างเหนียวแน่น |
| 7. ทำเลที่ตั้ง | ส่วนใหญ่สถาน ประกอบการตั้งอยู่ บริเวณแหล่ง ท่องเที่ยว และเมือง ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ระดับโลกถึง 3 เมือง | สถานประกอบการ ตั้งอยู่บริเวณย่าน ธุรกิจ และแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง | สถานประกอบการ ตั้งอยู่บริเวณรอบๆ วน อุทยานแห่งชาติเขาสก ซึ่งเป็น ที่รู้จักของชาว ไทยและชาว ต่างประเทศ |

จากตารางที่ 4.2.3.1 สามารถสรุปได้ว่า พื้นที่อันดามัน เกาะสมุย และตำบลพนม มีศักยภาพ ตามปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการแข่งขันทางด้านธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวกีฬา พื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ดังนี้

ในภาพรวมพื้นที่ดังกล่าวข้างต้น มีการบริหารค่ายและเวทีมวยภายใต้พระราชบัญญัติกีฬามวย พ.ศ. 2542 โดยการกำกับดูแลของการกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีบุคลากรที่มีคุณภาพ มีทรัพยากรธรรมชาติสวยงามเป็นที่ดึงดูดใจ เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก มีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ มีสังคมและวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง และสถานประกอบการด้านมวยไทยส่วนใหญ่มีทำเลที่ตั้งอยู่บริเวณแหล่งท่องเที่ยว และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่าพื้นที่อันดามันมีข้อได้เปรียบในด้านทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว sea sand sun โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ขณะที่เกาะสมุยมีความโดดเด่นในด้านบุคลากรเป็นแรงจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปในพื้นที่ไม่ขาดสาย และมีวัฒนธรรมประเพณีที่เข้มแข็งอีกด้วย ส่วนตำบลพนมถึงแม้จะเป็นพื้นที่เล็ก ๆ แต่ก็มีมีความโดดเด่นในด้านของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งนี้เพราะเป็นผืนป่าที่อุดมสมบูรณ์ สวยงาม และเงียบสงบ ที่สำคัญคือมีค่ายมวยน้อยใหญ่กระจายอยู่ทั่วทุกพื้นที่รอบ ๆ อาณาบริเวณวนอุทยานแห่งชาติเขาสก ทั้งนี้คงเป็นเพราะว่าได้รับแรงบันดาลใจจากนักชกทีมชาติไทยซึ่งมีชื่อเสียงและเป็นคนในพื้นที่โดยกำเนิดเป็นต้นแบบ

อย่างไรก็ตามจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน (competitive Profile) โดยใช้เทคนิค CPM ปรากฏว่า พื้นที่อันดามันได้คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) โดยรวม 3.75 คะแนน เกาะสมุยได้คะแนนถ่วงน้ำหนัก 3.30 คะแนน และเขาสกได้คะแนนถ่วงน้ำหนัก 2.65 คะแนน ตามลำดับ นั่นก็หมายความว่า ในภาพรวมพื้นที่อันดามันมีตำแหน่งทางการแข่งขันที่ดีที่สุด รองลงมาคือเกาะสมุย และตำบลพนมตามลำดับ ในส่วนของตำบลพนมถึงแม้จะมีคะแนนถ่วงน้ำหนักน้อยที่สุด แต่ก็อยู่ในตำแหน่งทางการแข่งขันที่พอจะยอมรับได้คือมีคะแนนถ่วงน้ำหนักเกิน 2.50 ดังรายละเอียดในภาคผนวก ค

เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 2 เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันสามารถสรุปได้ว่า พื้นที่อันดามันมีสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่สามารถตอบสนองการดำเนินธุรกิจดังกล่าวทั้งที่เป็นจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคได้เป็นอย่างดี และเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ใกล้เคียง เช่น เกาะสมุยและอำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่าพื้นที่อันดามันอยู่ในตำแหน่งการแข่งขันที่ดีกว่า

4.3 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเพื่อเป็นแนวทางกำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดู การท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน จากกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique)

ตารางที่ 4.3.1 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|--|------|------|-------|
| 1 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลราไวย์ อำเภอเมือง ประกอบด้วยค่ายมวยราไวย์ มวยไทย แคมป์ ถนนไสยวน ค่ายมวยชินบุรีมวยไทย ถนนไสยวน และ ค่ายมวย ภูเก็ต มวยไทย แคมป์ แอนด์ ยิม ถนนปฎัก | 4.90 | 0.60 | มาก |
| 2 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลฉลอง อำเภอเมือง ประกอบด้วย ค่ายมวยไทเกอร์มวยไทย แอนด์ เอ็มเอ็มเอ เทรนนิ่ง เซ็นเตอร์ ซอยตาเอียด ค่ายมวยดราگونมวยไทย ค่ายมวย กังหันลมมวยไทย ค่ายมวยและสนามมวยสุวิทย์ยิม ถนนเจ้าฟ้า | 4.81 | 0.75 | มาก |
| 3 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลวิชิต อำเภอเมือง ประกอบด้วย ค่ายมวยพรสวรรค์คอนโด ถนนเจ้าฟ้า | 2.41 | 1.33 | มาก |
| 4 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลตลาดใหญ่ อำเภอเมือง ประกอบด้วย ค่ายมวยศักดิ์สุทิน ถนนเทพกระษัตรี | 2.39 | 1.29 | มาก |
| 5 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลนาเหนือ อำเภอเมือง ประกอบด้วย ค่ายมวย ภูเก็ต ยู แอนด์ ไอ ฮอลิเดย์ ถนนเฉลิมพระเกียรติ ร. 9 | 2.48 | 1.53 | พสก* |

*พสก หมายถึง สอดคล้องพอสมควร

ตารางที่ 4.3.1 (ต่อ)

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|---|------|------|-------|
| 6 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้ ประกอบด้วย ค่ายมวย ก.สะภาทอง ซอยโรงเรียนบ้านกะทู้ | 2.47 | 1.40 | พสก** |
| 7 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ ประกอบด้วย ค่ายมวยป่าตองบ็อกซิ่งยิม ค่ายมวยศิษย์หนุ่มน้อย ค่ายมวยสิงห์ป่าตอง สนามมวยป่าตอง สนามมวยหาดป่าตอง ถนนไชน่าเอ็น สนามมวยบางลา ถนนราษฎร์อุทิศ 200 ปี และ สนามมวยป่าตอง บ็อกซิ่ง สเตเดียม | 5.00 | 0.98 | มาก |
| 8 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลกมลา อำเภอกะทู้ ประกอบด้วย ค่ายมวยกมลายุิม | 2.35 | 1.44 | มาก |
| 9 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเทพกระษัตรี อำเภอถลาง ประกอบด้วย ศูนย์ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวไทยทร ค่ายมวย ก. กวิน | 3.46 | 1.29 | มาก |
| 10 | ชัย-เกียรติรัตนโชติ ค่ายมวย อ. ปากพลีเยี่ยมส์ ค่ายมวย อ.บ.ต. ไพโรจน์ และ ค่ายมวยศักดิ์รินทร์ ถนนเทพกระษัตรี | 3.60 | 2.02 | มสก* |
| 11 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเชิงทะเล อำเภอถลาง ประกอบด้วย ค่ายมวย ศ.กฤษกร ค่ายมวย ภูเก็ต บ็อกซิ่ง ยิม และ ค่ายมวยเชิงทะเลมวยไทย ถนนศรีสุนทร | 4.11 | 1.58 | พสก** |
| | <u>การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 2</u> เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลสาคร อำเภอถลาง ประกอบด้วย ค่ายมวยศิษย์สงคราม | 2.41 | 1.55 | มาก |

หมายเหตุ มสก* หมายถึง ไม่สอดคล้อง พสก** หมายถึง สอดคล้องพอสมควร

จากตารางที่ 4.3.1 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิด

สอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 10 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 3 ข้อ คือ ข้อ 1 (สอดคล้องมาก) ข้อ 2 (สอดคล้องมาก) และ ข้อ 6 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 2.50 – 3.49 มี 1 ข้อ คือข้อ 9 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับน้อย ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 1.50 – 2.49 มี 6 ข้อ คือ ข้อ 3 (สอดคล้องมาก) ข้อ 4 (สอดคล้องมาก) ข้อ 5 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 6 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 8 (สอดคล้องมาก) และข้อ 11 (สอดคล้องมาก) ส่วนข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก และน้อยที่สุดไม่มี

สำหรับข้อที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดไม่สอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เกิน 2.00 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 10 อย่างไรก็ตามจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 2 ซึ่งมีบางท่านได้ปรับเปลี่ยนคำตอบ มีผลทำให้ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญสอดคล้องกันพอสมควรและมีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50 – 4.49

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันให้กำหนดเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตเป็น 4 เส้นทาง ตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

1. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลป่าตอง อำเภอกระบุรี จังหวัดภูเก็ต
2. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลราไวย์ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะบริเวณถนนไสยวน และ ถนนปฎัก
3. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลฉลอง อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะบริเวณซอยตาเอียด และ ถนนเจ้าฟ้า
4. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเชิงทะเล และ ตำบลเทพกระษัตรี อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.3.2 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดพังงา

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|---|------|------|--------|
| 1 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลท้ายช้าง อำเภอเมือง ประกอบด้วย ค่ายมวยเทคนิคพังงา <u>การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 2 คือยืนยันคำตอบเดิม</u> | 2.37 | 2.04 | มสค.* |
| 2 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเกาะปันหยี่ อำเภอเมือง ประกอบด้วย ค่ายมวย ศ. เจริญจิตร ค่ายมวย ศ. ศักดา และ ค่ายมวยโรงเรียนบ้านเกาะปันหยี่ | 3.89 | 1.55 | พสค.** |
| 3 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลบางทอง อำเภอท้ายเหมือง ประกอบด้วย ค่ายมวยศิษย์แม่ก ค่ายมวย ศ. เจ้ทิพย์ ค่ายมวย ป. ศักดา และ ค่ายมวยคงแก้วการค้า | 3.42 | 1.34 | มาก |
| 4 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลหล่อยุ้ง อำเภอตะกั่วทุ่ง ประกอบด้วย ศูนย์ศิลปะป้องกันตัว | 2.54 | 1.63 | พสค.** |
| 5 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลโคกกลอย อำเภอตะกั่วทุ่ง ประกอบด้วย ค่ายมวย ช. นัชชา และค่ายมวยหาญบัวยมิม | 4.24 | 1.33 | มาก |
| 6 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองเคียน อำเภอตะกั่วทุ่ง ประกอบด้วย ค่ายมวย ศ. วิรัชชัย ค่ายมวย ศ. ร่มเพชร ค่ายมวย ช. ตีเตะ ค่าย ส. วีรัชย์ และค่ายมวย ส. สมหวัง | 3.77 | 1.54 | พสค.** |
| 7 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลป่อแสน อำเภอทับปุด ประกอบด้วย ค่ายมวยดาวเรืองยมิม | 2.39 | 1.68 | พสค.** |

หมายเหตุ มสค* หมายถึง ไม่สอดคล้อง พสค** หมายถึง สอดคล้องพอสมควร

ตารางที่ 4.3.2 (ต่อ)

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|--|------|------|-------|
| 8 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลบางม่วง อำเภอตะกั่วป่า ประกอบด้วย ค่ายมวยศักดิ์ตะเคียนทอง | 3.56 | 1.71 | พสก.* |
| 9 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลบางเนียง อำเภอตะกั่วป่า | 4.28 | 1.29 | มาก |
| 10 | ประกอบด้วย สนามมวยเขาหลักสเตเดียม | 4.36 | 1.38 | มาก |
| 11 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว ประกอบด้วย ค่ายมวย ส. สุภานันท์ หมู่ที่ 1 ค่ายมวย ก. อีเค็น ยิม หมู่ที่ 3 และ ค่ายมวย ว. จิตรนาวิ หมู่ที่ 1 | 3.88 | 1.67 | พสก.* |
| 12 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเกาะยาวใหญ่ อำเภอเกาะยาว ประกอบด้วย ค่ายมวยเกียรติอาลี และ ค่ายมวย ป. ปกร วุฒิ | 3.41 | 1.48 | มาก |
| | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเกาะยาวน้อย อำเภอเกาะยาว ประกอบด้วย ค่ายมวยศักดิ์ หมู่ 5 | | | |

พสก* หมายถึง สอดคล้องพอสมควร

จากตารางที่ 4.3.2 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดพังงา ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 11 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50 – 4.49 มี 8 ข้อ คือ ข้อ 2 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 5 (สอดคล้องมาก) ข้อ 6 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 8 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 9 (สอดคล้องมาก) ข้อ 10 (สอดคล้องมาก) ข้อ 11 (สอดคล้องพอสมควร) และ ข้อ 12 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 2.50 – 3.49 มี 2 ข้อ คือ ข้อ 3 (สอดคล้องมาก) และ ข้อ 4 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับน้อย ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 1.50 – 2.49 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 7 (สอดคล้องพอสมควร) ส่วนข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุดไม่มี

สำหรับข้อที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดไม่สอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เกิน 2.00 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 1 อย่างไรก็ตามจากการพิจารณาของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 2 พบว่าผู้เชี่ยวชาญยังคงยืนยันคำตอบเดิม

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันให้กำหนดเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดพังงาเป็น 5 เส้นทาง ตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

1. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลพรุไน ตำบลเกาะยาวใหญ่ และตำบลเกาะยาวน้อย อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา
2. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลบางม่วง และตำบลบางเนียง อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา
3. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลหล่อยุ้ง ตำบลโคกกลอย และตำบลคลองเคียน อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา
4. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเกาะปันหยี อำเภอเมือง จังหวัดพังงา
5. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลบางทอง อำเภอท้ายเหมือง จังหวัดพังงา

ตารางที่ 4.3.3 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|--|------|------|-------|
| 1 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง ประกอบด้วย ค่ายมวยอ่าวนางยิม ค่ายมวย ป. พิสุทธิ ค่ายมวย ส. อุดมชัย ค่ายอ่าวนางราชามวยไทย และ สนามมวยอ่าวนาง สเตเดียม | 4.56 | 1.38 | มาก |
| 2 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเขาคราม อำเภอมือง ประกอบด้วย ค่ายมวยไทรหนิง และ ค่ายมวยเกียรติเป็ | 2.34 | 1.61 | พศค* |
| 3 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลกระบี่น้อย อำเภอมือง ประกอบด้วย ค่ายมวยลูกถ้าเสือ ค่ายมวย ช. เพชรเมืองดาบ | 3.31 | 2.11 | มสค** |
| 4 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลกระบี่น้อย อำเภอมือง ประกอบด้วย ค่ายมวยลูกถ้าเสือ ค่ายมวย ช. เพชรเมืองดาบ <u>การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 2</u> | 3.96 | 1.81 | พศค* |
| 5 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลกระบี่ใหญ่ อำเภอมือง ประกอบด้วย ค่ายมวย สพล. กระบี่ ศูนย์ฝึกกีฬามวยไทย สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่ ค่ายมวยศักดิ์มาโนช | 3.87 | 1.43 | มาก |
| 6 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเหนือคลอง อำเภอนือคลอง ประกอบด้วย ค่ายมวยสิทธิประเสริฐ | 2.40 | 1.85 | พศค* |
| 7 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองเขม่า อำเภอนือคลอง ประกอบด้วย ค่ายมวย ว. วีระชาติ และ ค่ายมวย ส. พรานไพร | 2.21 | 1.48 | มาก |
| | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลอ่าวลึก อำเภอ่าวลึก ประกอบด้วย ค่ายมวย ส. วิเชียร | 3.49 | 1.63 | พศค* |

หมายเหตุ พศค* หมายถึง สอดคล้องพอสมควร มสค** หมายถึง ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 4.3.3 (ต่อ)

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|--|-------------|-------------|------------------|
| 8 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลอ่าวลึกน้อย อำเภออ่าวลึก ประกอบด้วย ค่ายมวย ส. สมานใจ | 3.62 | 1.65 | พศค* |
| 9 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลอ่าวลึกเหนือ อำเภออ่าวลึก ประกอบด้วย ค่ายมวยบ้านถ้ำเพชร และค่ายมวย ก. แก้วถาวร | 3.47 | 1.54 | พศค* |
| 10 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองหิน อำเภออ่าวลึก ประกอบด้วย ค่ายมวยศิษย์จำพันธ์ ค่ายมวยศิษย์จำไหว และค่ายมวย ข. จันมณี | 3.71 | 1.67 | พศค* |
| 11 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเขาใหญ่ อำเภออ่าวลึก ประกอบด้วย ค่ายมวย น. ผุดผาดน้อย | 3.56 | 2.06 | มศค** |
| 12 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเขาใหญ่ อำเภออ่าวลึก ประกอบด้วย ค่ายมวย น. ผุดผาดน้อย <u>การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 2</u> | <u>3.72</u> | <u>1.68</u> | <u>พศค*</u> |
| 13 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลปลายพระยา อำเภอปลายพระยา ประกอบด้วย ค่ายมวย ว. รุ่งนิรันดร์ ค่ายมวยเกียรติวิรัตน์ และค่ายมวยวิวัฒน์นานนท์ | 4.08 | 1.49 | มาก |
| 14 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเขาพนม อำเภอเขาพนม ประกอบด้วย ค่ายมวยเพชรเขาพนม ค่ายมวย ป. ที่ดิน และค่ายมวย เกียรติ หมู่ 5 <u>การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 2 ยังคงยืนยันคำตอบเดิม</u> | 2.33 | 2.16 | มศค** มาก |
| 15 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองท่อม อำเภอคลองท่อม ประกอบด้วย ค่ายมวย ท. นันทชัย | 3.80 | 1.42 | พศค* |
| | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองท่อมใต้ อำเภอคลองท่อม ประกอบด้วย ค่ายมวย ว. วิศรุต ค่ายมวยอนันตชัย และค่ายมวยเกียรติคลองขนาน | 3.59 | 1.61 | |

หมายเหตุ พศค* หมายถึง สอดคล้องพอสมควร มศค** หมายถึง ไม่สอดคล้อง

ตารางที่ 4.3.3 (ต่อ)

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|--|------|------|-------|
| 16 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลห้วยน้ำขาว อำเภอคลองท่อม ประกอบด้วย ค่ายมวย ส. สุชาติ ค่ายมวยเกียรติบ้านบ่อ และ ค่ายมวย ก. ฟ้าใสอันดามัน | 4.03 | 1.36 | มาก |
| 17 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองพน อำเภอคลองท่อม ประกอบด้วย ค่ายมวย ส. โชคนิตยา | 2.35 | 2.04 | มสค* |
| | การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 2 | 2.61 | 1.88 | พสค** |
| 18 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลลำทับ อำเภอลำทับ ประกอบด้วย ค่ายมวย ช. ช่างราย | 2.22 | 1.31 | มาก |
| 19 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองยาง อำเภอเกาะลันตาประกอบด้วย ค่ายมวยเกียรติประจักษ์ธรรม และ ค่ายมวย ป. เพชรศิริ | 3.73 | 1.44 | มาก |
| 20 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเกาะกลาง อำเภอเกาะลันตาประกอบด้วย ค่ายมวยเกียรติ หมู่ 10 | 3.47 | 2.02 | มสค* |
| | <u>การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 2 คือยังคงยืนยันคำตอบเดิม</u> | | | |
| 21 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเกาะลันตาใหญ่ อำเภอเกาะลันตาประกอบด้วย ค่ายมวยลันตานิยม และสนามมวยลันตา สเตเดียม | 4.53 | 1.27 | มาก |
| 22 | เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลศาลาด่าน อำเภอเกาะลันตาประกอบด้วย สนามมวยคลองดาว สเตเดียม | 3.91 | 1.46 | มาก |

หมายเหตุ มสค* หมายถึง ไม่สอดคล้อง พสค** หมายถึง สอดคล้องพอสมควร

จากตารางที่ 4.3.3 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 17 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก

ที่สุด ซึ่งมีความสำคัญระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 2 ข้อ คือ ข้อ 1 (สอดคล้องมาก) และข้อ 21 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก ซึ่งมีความสำคัญระหว่าง 3.50 – 4.49 มี 10 ข้อ คือ ข้อ 4 (สอดคล้องมาก) ข้อ 8 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 10 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 12 (สอดคล้องมาก) ข้อ 14 (สอดคล้องมาก) ข้อ 15 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 16 (สอดคล้องมาก) ข้อ 19 (สอดคล้องมาก) และข้อ 22 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลาง ซึ่งมีความสำคัญระหว่าง 2.50 – 3.49 มี 2 ข้อ คือ ข้อ 7 (สอดคล้องพอสมควร) และข้อ 9 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับน้อย ซึ่งมีความสำคัญระหว่าง 1.50 – 2.49 มี 4 ข้อ คือ ข้อ 2 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 5 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 6 (สอดคล้องพอสมควร) และข้อ 18 (สอดคล้องมาก) ส่วนข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับน้อยที่สุดไม่มี

สำหรับข้อที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดไม่สอดคล้องกัน ซึ่งมีความพิสัยระหว่างควอไทล์เกิน 2.00 มี 5 ข้อ คือ ข้อ 3 ข้อ 11 ข้อ 13 ข้อ 17 และข้อ 20 อย่างไรก็ตามจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 2 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญบางท่านได้ปรับเปลี่ยนคำตอบ มีผลทำให้ข้อ 3 มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 11 มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก (สอดคล้องมาก) และข้อ 17 มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลาง (สอดคล้องพอสมควร) ส่วนข้อ 13 และข้อ 20 ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาแล้วยังคงยืนยันคำตอบเดิม

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันให้กำหนดเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เป็น 6 เส้นทาง ตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

1. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
2. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองยาง ตำบลเกาะกลาง ตำบลเกาะลันตาใหญ่ และตำบลศาลาด่าน โดยเฉพาะบริเวณหมู่บ้านคลองดาว อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่
3. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลปลายพระยา อำเภอปลายพระยา จังหวัดกระบี่
4. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลห้วยน้ำขาว ตำบลคลองท่อม ตำบลคลองท่อมใต้ และตำบลคลองพน อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่
5. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลกระบี่น้อย และ ตำบลกระบี่ใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
6. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลอ่าวลึก ตำบลอ่าวลึกน้อย ตำบลอ่าวลึกเหนือ ตำบลคลองหิน และตำบลเขาใหญ่ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่

ตารางที่ 4.3.4 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านกิจกรรมมวยไทยที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|---|-------------|-------------|-------------|
| 1 | จัดนำเที่ยวด้านมวยไทยตามเส้นทางที่ลูกค้าเลือก 1 วัน | 4.52 | 1.30 | มาก |
| 2 | จัดนำเที่ยวด้านมวยไทยเชื่อมโยง 3 จังหวัดอันดามัน 7-10 วัน | 2.46 | 1.41 | พสก* |
| 3 | สอนเด็กชาวต่างชาติให้มีทักษะมวยไทยขั้นพื้นฐาน 3-5 วัน | 4.33 | 1.52 | พสก* |
| 4 | สอนชายชาวต่างชาติให้มีทักษะมวยไทยขั้นพื้นฐาน 3-5 วัน | 4.47 | 1.47 | มาก |
| 5 | สอนหญิงชาวต่างชาติให้มีทักษะมวยไทยขั้นพื้นฐาน 3-5 วัน | 4.63 | 1.28 | มาก |
| 6 | สอนเทคนิคขั้นสูงให้แก่นักกีฬามวยไทยอาชีพ 3-6 เดือน | 3.64 | 1.63 | พสก* |
| 7 | สอนเทคนิคการเป็นผู้ฝึกสอนกีฬามวยไทย 3-6 เดือน | 3.33 | 1.78 | พสก* |
| 8 | สอนเทคนิคการเป็นกรรมการตัดสินกีฬามวยไทย 3-6 เดือน | 3.11 | 1.66 | พสก* |
| 9 | สอนเทคนิคการเป็นโปรโมเตอร์กีฬามวยไทย 3-6 เดือน | 2.67 | 1.74 | พสก* |
| 10 | จัดการแข่งขันชกมวยไทยระหว่างชาวต่างชาติด้วยกัน | 4.42 | 1.80 | พสก* |
| 11 | จัดการแข่งขันกีฬามวยไทยระหว่างคนไทยด้วยกัน | 3.65 | 1.59 | พสก* |
| 12 | จัดการแข่งขันชกมวยไทยระหว่างชาวต่างชาติดกับคนไทย | 4.54 | 1.37 | มาก |
| 13 | จัดการแข่งขันชิงแชมป์ชกมวยไทยในระดับนานาชาติ | 4.69 | 1.43 | มาก |
| 14 | สอนศิลปะการไหว้ครูมวยไทยให้กับนักท่องเที่ยวผู้สนใจ | 3.77 | 1.54 | พสก* |
| 15 | สอนแม่ไม้และอาวุธมวยไทยเพื่อใช้กับ K1 และ Ultimate Fighting | 4.55 | 1.48 | มาก |
| 16 | สอนมวยไทยแอร์โบบิคและคีตะมวยไทยให้กับนักท่องเที่ยว | 3.81 | 2.13 | มสก** |
| | <u>การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 2</u> | <u>3.98</u> | <u>1.74</u> | <u>พสก*</u> |

หมายเหตุ พสก* หมายถึง สอดคล้องพอสมควร มสก** หมายถึง ไม่สอดคล้อง

จากตารางที่ 4.3.4 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของกิจกรรมมวยไทยที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 15 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 5 ข้อ คือ ข้อ 1 (สอดคล้องมาก) ข้อ 5 (สอดคล้องมาก) ข้อ 12

(สอดคล้องมาก) ข้อ 13 (สอดคล้องมาก) และ ข้อ 15 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50–4.49 มี 10 ข้อ คือ ข้อ 3 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 4 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 6 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 10 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 11 (สอดคล้องพอสมควร) และ ข้อ 14 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลางซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 2.50 – 3.49 มี 3 ข้อ คือ 7 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 8 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 9 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับน้อยซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 1.50–2.49 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 2 (สอดคล้องพอสมควร) และน้อยที่สุดไม่มี

สำหรับข้อที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดไม่สอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เกิน 2.00 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 16 อย่างไรก็ตามจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 2 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญบางท่านได้ปรับเปลี่ยนคำตอบ มีผลทำให้ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญสอดคล้องกันพอสมควรและมีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50–4.49

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่า กิจกรรมมวยไทยที่ควรแก่การนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้แก่ จัดแข่งขันชิงแชมป์มวยไทยในระดับนานาชาติสอนหญิงชาวต่างชาติให้มีทักษะมวยไทยขั้นพื้นฐาน 3-5 สอนแม่ไม้มวยไทยเพื่อใช้กับ K1 และ Ultimate Fighting จัดการแข่งขันชกมวยไทยระหว่างชาวต่างชาติกับคนไทย จัดนำเที่ยวด้านมวยไทยตามเส้นทางที่ถูกคัดเลือก 1 วัน สอนชายชาวต่างชาติให้มีทักษะมวยไทยขั้นพื้นฐาน 3-5 วัน สอนเด็กชาวต่างชาติให้มีทักษะมวยไทยขั้นพื้นฐาน 3-5 วัน จัดการแข่งขันชกมวยไทยระหว่างชาวต่างชาติด้วยกัน สอนมวยไทยแอโรบิคและคีตะมวยไทยให้กับนักท่องเที่ยว สอนศิลปะการไหว้ครูมวยไทยให้กับนักท่องเที่ยวผู้สนใจ จัดการแข่งขันกีฬามวยไทยระหว่างคนไทยด้วยกัน สอนเทคนิคขั้นสูงให้เป็นนักกีฬามวยไทยอาชีพ 3-6 เดือน สอนเทคนิคการเป็นผู้ฝึกสอนกีฬามวยไทย 3-6 เดือน สอนเทคนิคการเป็นกรรมการตัดสินกีฬามวยไทย 3-6 เดือน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3.5 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำมาบูรณาการและนำเสนอควบคู่กับ มวยไทยเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|--|------|------|-------|
| 1 | โนราห์ | 4.51 | 1.39 | มาก |
| 2 | หนังตะลุง | 4.12 | 1.44 | มาก |
| 3 | กระบี่กระบอง | 4.45 | 1.50 | มาก |
| 4 | การแสดงลิเกป่า | 3.77 | 1.48 | มาก |
| 5 | การเรีงระบำรองเง็ง | 4.42 | 1.45 | มาก |
| 6 | ไหว้ครู อาวุธและแม่ไม้มวยไทย | 4.54 | 1.40 | มาก |
| 7 | ควงพลองไฟ ห่วงไฟ และเชือกไฟ | 4.51 | 1.49 | มาก |
| 8 | แสดงศิลปวัฒนธรรมขึ้นรายการชกมวยไทย | 2.33 | 1.2 | พสก* |
| 9 | แสดงศิลปวัฒนธรรมก่อนการชกเพื่อเรียกน้ำย่อย | 4.57 | 1.36 | มาก |

หมายเหตุ พสก* หมายถึง สอดคล้องพอสมควร

จากตารางที่ 4.3.5 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำมาบูรณาการ และนำเสนอควบคู่กับมวยไทย เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 9 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 4 ข้อ คือ ข้อ 9 (สอดคล้องมาก) ข้อ 6 (สอดคล้องมาก) ข้อ 1 (สอดคล้องมาก) และ ข้อ 7 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50 – 4.49 มี 4 ข้อ คือ ข้อ 3 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 5 (สอดคล้องมาก) ข้อ 2 (สอดคล้องมาก) และ ข้อ 4 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับน้อย ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 1.50 – 2.49 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 8 (สอดคล้องพอสมควร) ส่วนข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุดไม่มี

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่า ศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำมาบูรณาการ และนำเสนอควบคู่กับมวยไทย เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ได้แก่ แสดงศิลปวัฒนธรรมก่อนการชกเพื่อเรียกน้ำย่อย อาวุธและแม่ไม้ มวยไทย โนราห์ คองพลองไฟ ห่วงไฟ และเชือกไฟ กระบี่กระบอง เริงระบำรองเง็ง หนังตะลุง และการแสดงลิเกป่าตามลำดับ

ตารางที่ 4.3.6 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเสริมธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|---|------|------|-------|
| 1 | ที่พัก | 4.56 | 1.40 | มาก |
| 2 | ภาพถ่าย | 3.59 | 1.38 | มาก |
| 3 | ประกาศนียบัตร | 4.17 | 1.44 | มาก |
| 4 | การขอและต่อวีซ่า | 4.59 | 1.32 | มาก |
| 5 | การจองตั๋วเครื่องบิน | 4.00 | 1.49 | มาก |
| 6 | ชุดฝึกและชุดแข่งขัน | 4.33 | 1.47 | มาก |
| 7 | เครื่องดื่มและอาหารไทย | 4.52 | 1.41 | มาก |
| 8 | การประกันชีวิตและทรัพย์สิน | 4.55 | 1.37 | มาก |
| 9 | การศึกษาดูงานด้านมวยไทย | 2.48 | 1.49 | พศค* |
| 10 | ของที่ระลึกสัญลักษณ์มวยไทย | 4.02 | 1.45 | มาก |
| 11 | เอกสารประกอบการฝึกฉบับภาษาต่างประเทศ | 3.51 | 1.42 | มาก |
| 12 | การนำเที่ยวเพื่อพักผ่อนยามว่างจากการฝึกซ้อม | 4.53 | 1.43 | มาก |

หมายเหตุ พศค* หมายถึง สอดคล้องพอสมควร

จากตารางที่ 4.3.6 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเสริมธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 13 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 5 ข้อ คือ ข้อ 1 (สอดคล้องมาก) ข้อ 4 (สอดคล้องมาก) ข้อ 7 (สอดคล้องมาก) ข้อ 8 (สอดคล้องมาก) และ ข้อ 12 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50 – 4.49 มี 7 ข้อ คือ ข้อ 2 (สอดคล้องมาก) ข้อ 3 (สอดคล้องมาก) ข้อ 5 (สอดคล้องมาก) ข้อ 6 (สอดคล้องมาก) ข้อ 10 (สอดคล้องมาก) ข้อ และ ข้อ 11 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับ

น้อย ซึ่งมีความถี่ฐานระหว่าง 1.50 – 2.49 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 9 (สอดคล้องพอสมควร) ส่วนข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลาง และน้อยที่สุดไม่มี

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องตอกันว่า กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเสริมธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ การขอและต่อวีซ่า ที่พัก การประกันชีวิตและทรัพย์สิน การนำเที่ยวเพื่อพักผ่อนยามเว้นว่างจากการฝึกซ้อม เครื่องดื่มและอาหารไทย ชุดฝึกและชุดแข่งขัน ประกาศนียบัตร ที่ระลึกสัญลักษณ์มวยไทย ภาพถ่าย การจองตั๋วเดินทาง ภาพถ่าย และเอกสารประกอบการฝึกฉบับภาษาต่างประเทศตามลำดับ

ตารางที่ 4.3.7 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านเรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทยที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|--|------|------|-------|
| 1 | ประวัตินายขนมต้มนักชกผู้ยิ่งใหญ่แห่งกรุงศรีอยุธยา การพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญรอบที่ 2 | 2.46 | 2.03 | มสค* |
| 2 | มวยไทยเป็นศิลปะแบบดั้งเดิมที่ต้องฝึกด้วยความอดทน | 3.41 | 1.59 | พสค** |
| 3 | การไหว้ครูเพื่อแสดงความกตัญญูก่อนการแข่งขันมวยไทย | 4.56 | 1.44 | มาก |
| 4 | กระบวนยุทธ์และการออกอาวุธในกีฬามวยไทย | 4.61 | 1.39 | มาก |
| 5 | การทำให้คู่ต่อสู้ถูกนับ 10 คือชัยชนะเด็ดขาดในกีฬามวยไทย | 4.53 | 1.41 | มาก |
| 6 | ไม่ตายในกีฬามวยไทยสำหรับพิชิตคู่ต่อสู้ให้อยู่หมัด | 4.71 | 1.40 | มาก |

จากตารางที่ 4.3.7 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของเรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทยที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 5 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 4 ข้อ คือ ข้อ 3 (สอดคล้องมาก) ข้อ 4 (สอดคล้องมาก) ข้อ 5 (สอดคล้องมาก) และข้อ 6 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50 – 4.49 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 2 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดไม่มี

สำหรับข้อที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดไม่สอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์เกิน 2.00 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 1 อย่างไรก็ตามจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 2 พบว่าผู้เชี่ยวชาญยังคงยืนยันคำตอบเดิม โดยให้เหตุผลว่าเรื่องที่น่าสนใจเล่าควรเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่อันดามัน ที่สำคัญคือเวลาในการนำเที่ยวมีค่อนข้างจำกัด ดังนั้นควรเน้นเรื่องที่เป็นแก่นแท้ของมวยไทยสามารถสัมผัสได้อย่างเป็นรูปธรรม

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกันว่าเรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทยที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ ไม่ตายในกีฬามวยไทยสำหรับพิชิตคู่ต่อสู้ให้อยู่หมัด กระบวนยุทธ์และการออกอาวุธในกีฬามวยไทย การไหว้ครูเพื่อแสดงความกตัญญู

ก่อนการแข่งขันมวยไทย การทำให้คู่ต่อสู้เหนื่อย 10 คือชัยชนะเด็ดขาดในกีฬามวยไทย และมวยไทยเป็นศิลปะแบบดั้งเดิมที่ต้องฝึกด้วยความอดทนตามลำดับ

ตารางที่ 4.3.8 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน ในส่วนของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Management)

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|---|------|------|-------|
| 1 | สร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกับหน่วยงานในชุมชน | 4.51 | 1.43 | มาก |
| 2 | เปิดโอกาสให้องค์กรส่วนท้องถิ่นมีส่วนในการบริหารจัดการ | 3.53 | 1.98 | พสค* |
| 3 | ส่งเสริมให้มีการสร้างอาชีพและรายได้แก่ชุมชนอย่างทั่วถึง | 4.56 | 1.48 | มาก |
| 4 | จัดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม | 4.62 | 1.39 | มาก |
| 5 | ส่งเสริมให้จังหวัดในพื้นที่อันดามันใช้ทรัพยากรร่วมกัน | 4.04 | 1.57 | พสค* |
| 6 | จัดตั้งสมาคมและมูลนิธิมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน | 4.67 | 1.34 | มาก |
| 7 | จัดให้มีหน่วยงานกลางบริหารด้านการตลาดแบบเบ็ดเสร็จ | 3.23 | 1.70 | พสค* |
| 8 | สร้างเครือข่ายด้านการตลาดกับสำนักงาน กทท. ในต่างประเทศ | 4.50 | 1.48 | มาก |
| 9 | สร้างเครือข่ายการทำงานกับค่ายและเวทีมวยไทยในต่างประเทศ | 3.48 | 1.77 | พสค* |

หมายเหตุ *พสค หมายถึง สอดคล้องพอสมควร

จากตารางที่ 4.3.8 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในส่วนของจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 9 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้นั้นในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 5 ข้อ คือ ข้อ 1 (สอดคล้องมาก) ข้อ 3 (สอดคล้องมาก) ข้อ 4 (สอดคล้องมาก) ข้อ 6 (สอดคล้องมาก) และข้อ 8 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50 – 4.49 มี 3 ข้อ คือ ข้อ 5 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 2 (สอดคล้องพอสมควร) และข้อ 9 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้นั้นในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 2.50 – 3.49 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 7 (สอดคล้องพอสมควร) ส่วนข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้นั้นในระดับน้อย และน้อยที่สุดไม่มี

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่าโดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่าการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ควรดำเนินการคือการจัดตั้งสมาคมและมูลนิธิมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

อันดามัน จัดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ส่งเสริมให้มีการสร้างอาชีพ
และรายได้แก่ชุมชนอย่างทั่วถึง สร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกับหน่วยงานในชุมชน สร้างเครือข่าย
ด้านการตลาดกับสำนักงาน กทท. ในต่างประเทศ ส่งเสริมให้จังหวัดในพื้นที่อันดามันใช้ทรัพยากร
ร่วมกัน เปิดโอกาสให้องค์กรส่วนท้องถิ่นมีส่วนในการบริหารจัดการ สร้างเครือข่ายการทำงานกับ
ค่ายและเวทีมวยไทยในต่างประเทศ และจัดให้มีหน่วยงานกลางบริหารด้านการตลาดแบบ
เบ็ดเสร็จ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3.9 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน ในส่วนของการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product)

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|---|------|------|-------|
| 1 | พัฒนาตราผลิตภัณฑ์ “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” ให้แข็งแกร่ง | 4.59 | 1.41 | มาก |
| 2 | จัดทำทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะ | 4.43 | 1.47 | มาก |
| 3 | กำหนดมาตรฐานมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน | 4.54 | 1.42 | มาก |
| 4 | ออกระเบียบว่าด้วยคุณสมบัติบุคลากรมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว | 4.38 | 1.50 | มาก |
| 5 | จัดตั้งกองทุนพัฒนามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน | 4.64 | 1.37 | มาก |
| 6 | จัดโปรแกรม ชม ฟีก และชกมวยไทยครบวงจรและสมบูรณ์แบบ | 4.41 | 1.44 | มาก |
| 7 | จัดกิจกรรมการเรียนการสอนมวยไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน | 4.55 | 1.40 | มาก |
| 8 | ส่งเสริมให้นักมวยชกอย่างสมศักดิ์ศรีและเป็นที่น่าประทับใจ | 4.60 | 1.36 | มาก |
| 9 | จัดหาครูอดีตนักมวยที่ชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมาเป็นผู้ฝึกสอน | 4.31 | 1.49 | มาก |

จากตารางที่ 4.3.9 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน ในส่วนของการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 9 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 5 ข้อ คือ ข้อ 1 (สอดคล้องมาก) ข้อ 3 (สอดคล้องมาก) ข้อ 5 (สอดคล้องมาก) ข้อ 7 (สอดคล้องมาก) และข้อ 8 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50 – 4.49 มี 4 ข้อ คือ ข้อ 2 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 4 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 6 (สอดคล้องพอสมควร) และข้อ 9 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดไม่มี

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่า การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ควรแก่การดำเนินการได้แก่ จัดตั้งกองทุนพัฒนามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน ส่งเสริมให้นักมวยชกอย่างสมศักดิ์ศรีและเป็นที่น่าประทับใจ พัฒนาตราผลิตภัณฑ์ “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” ให้แข็งแกร่ง จัดกิจกรรมการเรียนการสอนมวยไทยให้

เป็นมาตรฐานเดียวกัน กำหนดมาตรฐานมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน จัดทำทะเบียนผู้ประกอบการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ จัดโปรแกรม ชม ฟឹก และชกมวยไทยครบวงจร และสมบูรณ์แบบ ออกระเบียบว่าด้วยคุณสมบัติบุคลากรมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว และจัดหาครูอดีตนักมวยที่ชื่อเสียงและเป็นที่ยุ้จักมาเป็นผู้ฝึกสอนตามลำดับ

ตารางที่ 4.3.10 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน ในส่วนของการส่งเสริมการขาย (Promotion)

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|--|------|------|-------|
| 1 | สอนเสริมภาษาไทยแก่นักท่องเที่ยวผู้เข้าร่วมกิจกรรมเป็นพิเศษ | 2.47 | 1.66 | พสค* |
| 2 | สอนเสริมการนวดเพื่อฟื้นฟูสภาพและใช้สมุนไพรไทยโบราณ | 3.21 | 1.54 | พสค* |
| 3 | จัดคำปรึกษาพยาบาลสำหรับนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วยเป็นกรณีพิเศษ | 4.55 | 1.37 | มาก |
| 4 | จัดรอบมวยพิเศษเพื่อให้สตรีและเด็กเข้าชมโดยไม่คิดค่าใช้จ่ายใด ๆ | 3.77 | 1.51 | พสค* |
| 5 | จัดรอบมวยพิเศษสำหรับครอบครัวเสียค่าใช้จ่ายแบบ 2-3-4...อื่นวัน | 4.12 | 1.70 | พสค* |
| 6 | จัดหลักสูตรพิเศษเรียนมวยไทยควบคู่กับการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ | 3.93 | 1.63 | พสค* |
| 7 | จัดของขวัญหรือของชำร่วยสัญลักษณ์มวยไทยสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม | 4.32 | 1.48 | มาก |
| 8 | สะสมหางบัตรชมมวยไทยครบตามจำนวนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ | 3.17 | 1.59 | พสค* |
| 9 | จัดคู่มือเพื่อข้อเสนอพิเศษ เช่น แลกบัตรชมมวยไทยชั้น "ริงไซด์" | 4.38 | 1.40 | มาก |
| 10 | จัดนิทรรศการกีฬามวยไทยเพื่อสร้างความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว | 4.11 | 1.49 | มาก |
| 11 | ลดราคาค่าบริการเป็นกรณีพิเศษทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการขาย | 4.27 | 1.62 | พสค* |
| 12 | เสนอขายแบบรวมแพ็คเกจให้ถูกกว่าการแยกซื้อทีละรายการ | 4.57 | 1.34 | มาก |
| 13 | กำหนดราคาค่าบริการให้ต่ำกว่าปกติเนื่องในเทศกาลต่าง ๆ | 4.53 | 1.43 | มาก |
| 14 | ลดราคาเป็นพิเศษเมื่อลูกค้าสั่งจองล่วงหน้าและจ่ายเป็นเงินสด | 4.51 | 1.45 | มาก |

หมายเหตุ *พสค หมายถึง สอดคล้องพอสมควร

จากตารางที่ 4.3.10 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน ในส่วนของการส่งเสริมการขาย ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอ

ไทลิ่งไม่เกิน 2.00 มี 14 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุดซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 4 ข้อ คือ ข้อ 3 (สอดคล้องมาก) ข้อ 12 (สอดคล้องมาก) ข้อ 13 (สอดคล้องมาก) และ ข้อ 14 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50 – 4.49 มี 7 ข้อ คือ ข้อ 4 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 5 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 6 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 7 (สอดคล้องมาก) ข้อ 9 (สอดคล้องมาก) ข้อ 10 (สอดคล้องมาก) และข้อ 11 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลางซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 2.50 – 3.49 มี 2 ข้อ คือ ข้อ 2 (สอดคล้องพอสมควร) และข้อ 8 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับน้อยซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 1.50 – 2.49 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 1 (สอดคล้องพอสมควร) และข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับน้อยที่สุดไม่มี

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่าการส่งเสริมการตลาด ที่ควรแก่การดำเนินการได้แก่ เสนอขายแบบรวมแพ็คเกจให้ถูกกว่าการแยกซื้อที่ละเอียดกร จัดคำรักษาพยาบาลสำหรับนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วยเป็นกรณีพิเศษ กำหนดราคาค่าบริการให้ต่ำกว่าปกติเนื่องในเทศกาลต่าง ๆ ลดราคาเป็นพิเศษเมื่อลูกค้าสั่งจองล่วงหน้าและจ่ายเป็นเงินสด จัดคูปองเพื่อซื้อเสนอพิเศษ เช่น แลกบัตรชมมวยไทยชั้น “ริงไซด์” จัดของขวัญหรือของชำร่วยสัญลักษณ์มวยไทยสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ลดราคาค่าบริการเป็นกรณีพิเศษทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการขาย จัดรอบมวยพิเศษสำหรับครอบครัวเสียค่าใช้จ่ายแบบ 2-3-4...ในวัน จัดนิทรรศการกีฬามวยไทยเพื่อสร้างความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว จัดหลักสูตรพิเศษเรียนมวยไทยควบคู่กับการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ สอนเสริมการนวดเพื่อฟื้นฟูสภาพและใช้สมุนไพรไทยโบราณ และสะสมหางบัตรชมมวยไทยครบตามจำนวนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3.11 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน ในส่วนของการกำหนดราคา (Price)

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|--|------|------|-------|
| 1 | ตั้งราคาค่าชมและเรียนมวยไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน | 4.76 | 1.38 | มาก |
| 2 | ตั้งราคาค่าชมและเรียนรู้มวยไทยตามสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป | 4.44 | 1.53 | พสค* |
| 3 | ตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุน ความต้องการของลูกค้า และคู่แข่ง | 4.49 | 1.50 | มาก |
| 4 | ตั้งราคาขายสินค้าและบริการตามท้องตลาดและนักท่องเที่ยวทั่วไป | 4.62 | 1.47 | มาก |
| 5 | ตั้งราคาให้สอดคล้องกับฤดูกาลและนักท่องเที่ยวยอมรับได้ | 4.53 | 1.44 | มาก |
| 6 | แบ่งแยกราคาให้เลือกหลากหลาย เช่น ที่ชม “ริงไซด์” เป็นต้น | 4.45 | 1.49 | มาก |

หมายเหตุ *พสค หมายถึง สอดคล้องพอสมควร

จากตารางที่ 4.3.11 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน ในส่วนของการกำหนดราคา ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 6 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุดซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 3 ข้อ คือ ข้อ 1 (สอดคล้องมาก) ข้อ 4 (สอดคล้องมาก) และข้อ 5 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50 – 4.49 มี 3 ข้อ คือ ข้อ 2 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 3 (สอดคล้องมาก) และข้อ 9 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดไม่มี

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่า การกำหนดราคา ที่ควรแก่การดำเนินการได้แก่ ตั้งราคาค่าชมและเรียนมวยไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตั้งราคาขายสินค้าและบริการตามท้องตลาดและนักท่องเที่ยวทั่วไปรับรู้ ตั้งราคาให้สอดคล้อง

กับฤดูกาลและนักท่องเที่ยวยอมรับได้ ตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุน ความต้องการของลูกค้า และ คู่แข่งขันอย่างเหมาะสม แบ่งแยกราคาสินค้าให้เลือกหลากหลาย และตั้งราคาค่าชมและเรียนรู้ มวยไทยตามสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปตามลำดับ

ตารางที่ 4.3.12 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูกาลท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|--|------|------|-------|
| 1 | ขายบัตรเข้าชมและเรียนมวยไทยโดยตรงที่ค่ายและเวทีมวย | 4.11 | 1.49 | มาก |
| 2 | ขายบัตรเข้าชมและเรียนมวยไทยโดยผ่านโรงแรมและบริษัททัวร์ | 4.57 | 1.44 | มาก |
| 3 | ขายบัตรเข้าชมและเรียนรู้มวยไทยโดยผ่านสมาคม ชมรม และอื่น ๆ | 3.43 | 1.81 | พสค* |
| 4 | ขายบัตรเข้าชมและเรียนรู้มวยไทยโดยผ่าน กทท. ในกลุ่มจังหวัดอันดามัน | 4.48 | 1.46 | มาก |
| 5 | ขายบัตรเข้าชมและเรียนรู้มวยไทยโดยผ่านสำนักงาน กทท. ในต่างประเทศ | 4.62 | 1.43 | มาก |
| 6 | ขายบัตรเข้าชมและเรียนรู้มวยไทยโดยผ่าน ค่ายและเวทีมวยในต่างประเทศ | 4.46 | 1.48 | มาก |
| 7 | ขายบัตรเข้าชมและเรียนรู้มวยไทยโดยผ่าน เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ภายใต้การประสานงานของหน่วยงานกลางด้านการตลาดแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Marketing Unit) | 4.71 | 1.40 | มาก |

หมายเหตุ *พสค หมายถึง สอดคล้องพอสมควร

จากตารางที่ 4.3.12 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูกาลท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่าย ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่าง

ควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 7 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 3 ข้อ คือ ข้อ 2 (สอดคล้องมาก) ข้อ 5 (สอดคล้องมาก) และข้อ 7 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50 – 4.49 มี 3 ข้อ คือ ข้อ 1 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อ 4 (สอดคล้องมาก) และข้อ 6 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 2.50 – 3.49 มี 1 ข้อ คือ ข้อ 3 (สอดคล้องพอสมควร) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับน้อย และน้อยที่สุดไม่มี

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องตรงกันว่า การกำหนดราคา ที่ควรแก่การค้าดำเนินการได้แก่ ขยายบัตรเข้าชมและเรียนรู้อมวยไทยโดยผ่าน เครือข่าย อินเทอร์เน็ตภายใต้การประสานงานของหน่วยงานกลางด้านการตลาด (Marketing Service) แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ผ่าน สำนักงาน กทท. ในต่างประเทศ ผ่านโรงแรมและบริษัททัวร์ ผ่าน กทท. ในกลุ่มจังหวัดอันดามัน ผ่าน ค่ายและเวทีมวยในต่างประเทศ ขายโดยตรงที่ค่ายและเวทีมวย และขายโดยผ่านสมาคม ชมรม และอื่น ๆ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3.13 แสดงค่ามัธยฐาน ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ และระดับความสอดคล้องความคิดเห็น

ของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามัน อย่างยั่งยืนด้านการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

| ข้อที่ | รายการ | Mdn | I.R. | Level |
|--------|---|------|------|-------|
| 1 | ประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อบูรณาการตามโอกาสอย่างเหมาะสม | 4.34 | 1.48 | มาก |
| 2 | ประชาสัมพันธ์โดยอินเทอร์เน็ตภายใต้เว็บไซต์ “Muay Thai Andaman” | 4.42 | 1.45 | มาก |
| 3 | ประชาสัมพันธ์โดยผ่านสำนักงาน กทท. ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก | 4.53 | 1.43 | มาก |
| 4 | ประชาสัมพันธ์โดยทำโรดโชว์ (Road Show) ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย | 4.60 | 1.37 | มาก |
| 5 | ประชาสัมพันธ์โดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวผ่านสื่อสารมวลชน | 4.49 | 1.40 | มาก |
| 6 | ประชาสัมพันธ์โดยผ่านองค์กรกลางด้านธุรกิจมวยไทยของอันดามัน | 4.41 | 1.49 | มาก |
| 7 | ประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาตามจุดที่มีโอกาสและน่าสนใจ | 4.44 | 1.42 | มาก |
| 8 | ประชาสัมพันธ์โดยกระตุ้นให้ทดลองและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย | 4.55 | 1.44 | มาก |
| 9 | ประชาสัมพันธ์โดยเน้นการสร้างภาพลักษณ์ของมวยไทยอันดามัน | 4.64 | 1.35 | มาก |
| 10 | ประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้ารับรู้และคุ้นเคยตรา “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” | 4.57 | 1.41 | มาก |
| 11 | ประชาสัมพันธ์โดยส่งนักมวยที่มีชื่อเสียงไปชกในต่างประเทศ | 4.68 | 1.46 | มาก |
| 12 | ประชาสัมพันธ์โดยส่งครูมวยไปสอนและสร้างชื่อเสียงในต่างประเทศ | 4.71 | 1.36 | มาก |

จากตารางที่ 4.3.13 แสดงว่า นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ ที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกัน ซึ่งมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ไม่เกิน 2.00 มี 12 ข้อ ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 4.50 – 5.00 มี 7 ข้อ คือ ข้อ 3 (สอดคล้องมาก) ข้อ 4 (สอดคล้องมาก) ข้อ 8

(สอดคล้องมาก) ข้อ 9 (สอดคล้องมาก) ข้อ 10 (สอดคล้องมาก) ข้อ 11 (สอดคล้องมาก) และข้อ 12 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับมาก ซึ่งมีค่ามัธยฐานระหว่าง 3.50 – 4.49 มี 5 ข้อ คือ ข้อ 1 (สอดคล้องมาก) ข้อ 2 (สอดคล้องมาก) ข้อ 5 (สอดคล้องมาก) ข้อ 6 (สอดคล้องมาก) และข้อ 7 (สอดคล้องมาก) ข้อที่มีความสำคัญเป็นไปได้ในระดับปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ไม่มี

ดังนั้นจึงพอสรุปได้ว่า โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกัน ว่าการประชาสัมพันธ์ ที่ควรแก่การดำเนินการได้แก่ ประชาสัมพันธ์โดยส่งครูมวยไปสอนและสร้างชื่อเสียงในต่างประเทศ ส่งนักมวยที่มีชื่อเสียงไปชกในต่างประเทศ เน้นการสร้างภาพลักษณ์ของมวยไทยอันดามัน ประชาสัมพันธ์โดยทำโรดโชว์ (Road Show) ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย ให้ลูกค้ำรับรู้และคุ้นเคยตรา “อันดามันคิกยอedmวยไทย” กระตุ้นให้ทดลองและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย ผ่านสำนักงาน กทท. ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวผ่านสื่อสารมวลชน ประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาตามจุดที่มีโอกาสและน่าสนใจ อินเทอร์เน็ตภายใต้เว็บไซต์ “Muay Thai Andaman” ผ่านองค์กรกลางด้านธุรกิจมวยไทยของอันดามัน ใช้สื่อบูรณาการตามโอกาสอย่างเหมาะสมตามลำดับ

ประเด็นสำคัญที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องกันและควรแก่การนำไปบรรจุไว้ในนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ด้านมวยไทยดังต่อไปนี้

ด้านเส้นทางนำเที่ยว

1. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลป่าตอง อำเภอกระทุ่ม จังหวัดภูเก็ต
2. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลราไวย์ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะบริเวณถนนไสยวง และ ถนนปฎัก
3. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลฉลอง อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะบริเวณซอยตาเอียด และ ถนนเจ้าฟ้า
4. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
5. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองยาง ตำบลเกาะกลาง ตำบลเกาะลันตาใหญ่ และตำบลศาลาด่าน โดยเฉพาะบริเวณหมู่บ้านคลองดาว อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

ด้านกิจกรรม

1. จัดแข่งขันชิงแชมป์มวยไทยในระดับนานาชาติ
2. สอนหญิงชาวต่างชาติให้มีทักษะมวยไทยขั้นพื้นฐาน 3-5 วัน
3. สอนแม่ไม้มวยไทยและอาวุธมวยไทยเพื่อใช้กับ K1 และ Ultimate Fighting
4. จัดการแข่งขันชกมวยไทยระหว่างชาวต่างชาติกับคนไทย
5. จัดนำเที่ยวด้านมวยไทยตามเส้นทางที่ลูกค้าเลือก 1 วัน

ด้านศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว

1. แสดงศิลปวัฒนธรรมก่อนการชกเพื่อเรียกน้ำย่อย
2. อาวุธและแม่ไม้มวยไทย
3. โนราห์
4. ควงพลองไฟ ห่วงไฟ และเชือกไฟ
5. กระบี่กระบอง 7. หนังตะลุง
6. เริงระบำรองเง็ง 8. การแสดงลิเกป่า

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1. การขอและต่อวีซ่า
2. ที่พัก
3. การประกันชีวิตและทรัพย์สิน
4. การนำเที่ยวเพื่อพักผ่อนยามเว้นว่างจากการฝึกซ้อม
5. เครื่องดื่มและอาหารไทย

6. ชูดีฝึกและชูคแข่งขัน
7. ประกาศนียบัตร
8. ที่ระลึกสัญลักษณ์มวยไทย
9. ภาพถ่าย
10. การจองตั๋วเดินทาง
11. เอกสารประกอบการฝึกฉบับภาษาต่างประเทศ

เรื่องเล่า

1. ไม่ตายในกีฬามวยไทยสำหรับพิชิตคู่ต่อสู้ให้หยุดหมัด
2. กระบวนยุทธ์และการออกอาวุธในกีฬามวยไทย
3. การไหว้ครูเพื่อแสดงความกตัญญูก่อนการแข่งขันมวยไทย
4. การทำให้คู่ต่อสู้ถูกนับ 10 คือชัยชนะเด็ดขาดในกีฬามวยไทย
5. มวยไทยเป็นศิลปะแบบดั้งเดิมที่ต้องฝึกด้วยความอดทน

การจัดการธุรกิจแบบยั่งยืน (Sustainable Management)

1. จัดตั้งสมาคมและมูลนิธิมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน
2. จัดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม
3. ส่งเสริมให้มีการสร้างอาชีพและรายได้แก่ชุมชนอย่างทั่วถึง
4. สร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกับหน่วยงานในชุมชน
5. สร้างเครือข่ายด้านการตลาดกับสำนักงาน กทท. ในต่างประเทศ
6. ส่งเสริมให้จังหวัดในพื้นที่อันดามันใช้ทรัพยากรร่วมกัน
7. เปิดโอกาสให้องค์กรส่วนท้องถิ่นมีส่วนในการบริหารจัดการ
8. สร้างเครือข่ายการทำงานกับค่ายและเวทีมวยไทยในต่างประเทศ
9. จัดให้มีหน่วยงานกลางบริหารด้านการตลาดแบบเบ็ดเสร็จ

คุณภาพผลิตภัณฑ์ (Product)

1. จัดตั้งกองทุนพัฒนามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน
2. ส่งเสริมให้นักมวยชกอย่างสมศักดิ์ศรีและเป็นที่ประทับใจ
3. พัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ “อันดามันศึกยอดคนเหล็ก” ให้แข็งแกร่ง
4. จัดกิจกรรมการเรียนการสอนมวยไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน
5. กำหนดมาตรฐานมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน
6. จัดทำทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ
7. จัดโปรแกรม ชม ฝึก และชกมวยไทยครบวงจรและสมบูรณ์แบบ

8. ออกระเบียบว่าด้วยคุณสมบัติบุคลากรมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
 9. จัดหาครูอดีตนักมวยที่ชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมาเป็นผู้ฝึกสอน
- การส่งเสริมการขาย (Promotion)
1. เสนอขายแบบรวมแพ็คเกจให้ถูกกว่าการแยกซื้อที่ละรายการ
 2. จัดการรักษาพยาบาลสำหรับนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วยเป็นกรณีพิเศษ
 3. กำหนดราคาค่าบริการให้ต่ำกว่าปกติเนื่องในเทศกาลต่าง ๆ
 4. ลดราคาเป็นพิเศษเมื่อลูกค้าสั่งจองล่วงหน้าและจ่ายเป็นเงินสด
 5. จัดคูปองเพื่อซื้อเสนอพิเศษ เช่น แลกบัตรชมมวยไทยชั้น “ริงไซด์”
 6. จัดของขวัญหรือของทำขวัญสัญลักษณ์มวยไทยสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม
 7. ลดราคาค่าบริการเป็นกรณีพิเศษทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการขาย
 8. จัดรอบมวยพิเศษสำหรับครอบครัวเสียค่าใช้จ่ายแบบ 2-3-4...ในวัน
 9. จัดนิทรรศการกีฬามวยไทยเพื่อสร้างความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว
 10. จัดหลักสูตรพิเศษเรียนมวยไทยควบคู่กับการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ
 11. สอนเสริมการนวดเพื่อฟื้นฟูสุขภาพและใช้สมุนไพรไทยโบราณ
 12. สะสมหางบัตรชมมวยไทยครบตามจำนวนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ

การกำหนดราคา (Price)

1. ตั้งราคาค่าชมและเรียนมวยไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน
2. ตั้งราคาขายสินค้าและบริการตามท้องตลาดและนักท่องเที่ยวทั่วไปรับรู้
3. ตั้งราคาให้สอดคล้องกับฤดูกาลและนักท่องเที่ยวยอมรับได้
4. ตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุน ความต้องการของลูกค้า และคู่แข่งกันอย่างเหมาะสม
5. แบ่งแยกราคาสินค้าให้เล็กลงหลากหลาย
6. ตั้งราคาค่าชมและเรียนมวยไทยตามสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป

ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

1. ขายบัตรเข้าชมและเรียนมวยไทยโดยผ่าน เครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเวปไซด์
2. ขายผ่านสำนักงานกทท. ในต่างประเทศ
3. ขายผ่านโรงแรมและบริษัททัวร์
4. ขายผ่าน กทท. ในกลุ่มจังหวัดอันดามัน
5. ขายผ่านค่ายและเวทีมวยในต่างประเทศ
6. ขายโดยตรงที่ค่ายและเวทีมวย
7. ขายโดยผ่านสมาคม ชมรม และอื่น ๆ

การประชาสัมพันธ์ (Public Relation)

1. ประชาสัมพันธ์โดยส่งครุมวยไปสอนและสร้างชื่อเสียงในต่างประเทศ
2. ส่งนักมวยที่มีชื่อเสียงไปชกในต่างประเทศ
3. เน้นการสร้างภาพลักษณ์ของมวยไทยอันดามัน
4. ประชาสัมพันธ์โดยทำโรดโชว์ (Road Show) ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย
5. ให้ลูกค้ารับรู้และคุ้นเคยตรา “ศีกยอดคนเหล็กอันดามัน”
6. กระตุ้นให้ทดลองและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย
7. ผ่านสำนักงาน กทท. ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก
8. สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวผ่านสื่อสารมวลชน
9. ประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาตามจุดที่มีโอกาสและน่าสนใจ
10. ผ่านอินเตอร์เน็ตภายใต้เว็บไซต์ “Muay Thai Andaman”
11. ผ่านองค์กรกลางด้านธุรกิจมวยไทยของอันดามัน
12. ใช้สื่อบูรณาการตามโอกาสอย่างเหมาะสม

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากแบบสอบถามปลายเปิด

1. ควรนำเสนอกีฬาไทยที่นักท่องเที่ยวคุ้นตาเช่นกีฬาว่าวไทยและตะกร้อเพราะเข้ากับลักษณะภูมิประเทศของพื้นที่อันดามันซึ่งมีหาดทรายขาวที่กว้างใหญ่ประกอบกับมีลมทะเลพัดอยู่ตลอดเวลาทำให้เอื้อต่อการจัดกิจกรรมกีฬาดังกล่าว (มีผู้เสนอแนะรวม 3 ท่าน แบ่งเป็นกีฬาว่าวไทย 2 ท่าน และตะกร้อ 1 ท่าน)
2. ควรประชาสัมพันธ์ผ่านองค์กรในต่างประเทศเช่นสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ สถานเอกอัครราชทูตไทยในต่างประเทศ สถานกงศุลไทยในต่างประเทศ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศ สายการบินไทยและสายการบินอื่น ๆ ตลอดจนร้านอาหารไทยในต่างประเทศทั้งโดยการใช้โปสเตอร์ วิทยุทัศน์ การสาธิต การทำโรดโชว์เป็นต้น (มีผู้เสนอแนะ 1 ท่าน)
3. ควรประชาสัมพันธ์มวยไทยอันดามันในงานเทศกาลซึ่งเป็นที่ชุมนุมของชาวต่างชาติ เช่นงานเทศกาลสงกรานต์ งานเทศกาลลอยกระทง และงานบุญที่จัดขึ้นในวัดไทยในต่างประเทศ เป็นต้น (มีผู้เสนอแนะ 2 ท่าน)
4. ควรประชาสัมพันธ์มวยไทยอันดามันผ่านระบบการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) (มีผู้เสนอแนะ 1 ท่าน)
5. ควรประชาสัมพันธ์ผ่านองค์กรที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยอันได้แก่ศาลากลางจังหวัด โรงแรมที่พัก สนามกีฬา สถาบันการพลศึกษาสมาคมกีฬาจังหวัด ศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทย

สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และควรประสานกับโรงแรมเพื่อนำเสนอมวยไทยอันดามัน โดยผ่านเคเบิลทีวีท้องถิ่นซึ่งใช้กันอย่างกว้างขวางในโรงแรมที่พักต่าง ๆ (มีผู้เสนอแนะ 2 ท่าน)

7. หลังจากนี้ระยะหนึ่งกลุ่มอันดามันจะต้องมีรายการโทรทัศน์ที่เป็นของตนเอง โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งควรเป็นประเภทรายการสารคดีเช่น “Thai Boxing Chanel” ทั้งนี้เพราะเป็นรายการที่คนนิยมมากในปัจจุบันโดยไม่จำกัดเพศ วัย และเชื้อชาติ แต่ทั้งนี้ต้องเลือกบริษัทโฆษณาที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ (มีผู้เสนอแนะ 1 ท่าน)

8. ควรจัดรายการส่งเสริมการขายโดยมุ่งเน้นไปที่ครอบครัวคือผู้หญิงและเด็ก ทั้งนี้เพราะครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการกีฬาที่เป็นที่ชื่นชอบของครอบครัวหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือคนทั้งครอบครัวเป็นแฟนคลับจะทำให้ผู้จัดสามารถประมาณการจำนวนตัวที่จะจำหน่ายและรายได้ที่จะเข้ามาได้ค่อนข้างแม่นยำ (มีผู้เสนอแนะ 1 ท่าน)

9. การลดแลกแจกแถมไม่จำเป็นต้องให้เป็นสิ่งของเงินทองอาจจะเป็นวิชาความรู้หรือเป็นโอกาสก็ได้และการให้ก็ไม่จำเป็นต้องให้ผู้ซื้อแต่อาจจะให้ครอบครัวหรือคนข้างเคียงเช่นคนรักหรือเพื่อนสนิทก็ได้เช่นเรียนทำอาหารไทยสำหรับนักมวย การนวดเพื่อเสริมสมรรถภาพนักมวย มวยไทย แอโรบิก และคีตมวยไทย เป็นต้น หรือให้โอกาสนักท่องเที่ยวที่เรียนมวยไทยระยะยาวแต่มีเหตุอันสมควรต้องกลับประเทศก่อนกำหนดก็สามารถมาเรียนต่อในส่วนที่เหลือได้ในฤดูถัดไป (มีผู้เสนอแนะ 1 ท่าน)

10. ควรหาสปอนเซอร์รายการแข่งขันชกมวยไทยที่จัดขึ้นทั้งนี้เพื่อหวังผลด้านทุนและการสนับสนุนด้านอื่น ๆ นอกจากนี้ควรหาแฟนคลับหรือแฟนมวยที่เป็นของตนเองโดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยววันหยุดให้มากเท่าที่จะมากได้พร้อมกับพัฒนาตราและผลิตภัณฑ์ไปพร้อม ๆ กันด้วย (มีผู้เสนอแนะ 2 ท่าน)

11. ระยะแรกเริ่มของการทำธุรกิจควรเลือกเส้นทางท่องเที่ยวที่เดินทางไปมาสะดวกมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนที่สำคัญควรอยู่ในแหล่งหรืออยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่ชุมนุมของนักท่องเที่ยวเช่น ปาตอง ไร่ไวน์ และคลอง จังหวัดภูเก็ต อ่าวนางและลันตา จังหวัดกระบี่ และอีกเส้นทางที่น่าสนใจคือเส้นทางเขาหลักจังหวัดพังงาซึ่งได้รับผลกระทบจากกรณีพิบัติภัยคลื่นสึนามิและถ้ำบูรณะและพื้นที่นั้นก็จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่ง

หลังจากนี้ผู้วิจัยได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นชุดเดียวกับผู้พิจารณาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจบางท่านที่เป็นเจ้าของหรือผู้จัดการองค์กรธุรกิจด้านการนำเที่ยว ค่ามัวย และเวทีมวย จำนวน 18 ท่าน (ทำหนังสือเชิญไป 27 ท่าน) มาร่วมปรึกษาเกี่ยวกับการกำหนดแพ็คเกจทัวร์ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของการศึกษาครั้งนี้โดยใช้ข้อมูลจากการศึกษาภูมิหลัง ปัญหา สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ตลอดจนความคิดของผู้เชี่ยวชาญจากระบบการเดลฟายเทคนิคมาบูรณาการเป็นองค์ความรู้และเป็นแนวทางในการพิจารณา

เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 3 เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากระบบการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique) สำหรับเป็นแนวทางในการกำหนดนวัตกรรมในครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญเห็นพ้องกันให้อันดามันดำเนินธุรกิจด้านมัวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวแบบร่วมแรงร่วมใจในลักษณะของเครือข่ายโดยมีองค์กรกลางคือสมาคมและมูลนิธิมัวยไทยอันดามันเป็นผู้ประสานงาน นอกจากนี้ยังเสนอให้จัดเส้นทางด้านการนำเที่ยวด้านมัวยไทยที่ภูเก็ตและกระบี่ โดยเฉพาะบริเวณตำบลปาดอง ไร่ไฉญ์ ฉลอง อ่าวนาง และเกาะลันตา ซึ่งเป็นแหล่งชุมชนของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ นอกจากนี้ให้นำศิลปะการแสดง เช่น แม่ไม้มัวยไทย การควงพลองไฟ และมโนราห์มาบูรณาการนำเสนอควบคู่กับมัวยไทยอย่างเหมาะสม ตลอดจนแก้ปัญหาเรื่องวีซ่าของนักท่องเที่ยว กำหนดโปรแกรมนำเที่ยวให้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมมัวยไทย นำเรื่องราวเกี่ยวกับกระบวนการออกอาวูธ การไหว้ครู และการตัดสินแพ้ชนะด้วยการนับ 10 มาร้อยเรียงเป็นเรื่องเล่าสำหรับมัลติมีเดีย และสิ่งที่จะลืมเสียไม่ได้ก็คือให้นำหลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดมาเป็นแนวทางกำหนดแผนกลยุทธ์ในการประกอบธุรกิจดังกล่าวเป็นต้น

4.4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของพื้นที่อันดามัน จากการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม

ตารางที่ 4.4.1 แสดงค่าร้อยละข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยงผู้ตอบแบบสอบถามและเข้าร่วมกิจกรรม มวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของพื้นที่อันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย

| รายการ | | จำนวน | ร้อยละ |
|---|---------------------------|-------|--------|
| เพศ | ชาย | 278 | 70.03 |
| | หญิง | 119 | 29.97 |
| อายุ | 15 - 20 ปี | 92 | 23.17 |
| | 21 - 30 ปี | 208 | 52.39 |
| | 31 - 40 ปี | 71 | 17.88 |
| | 41 - 50 ปี | 24 | 6.05 |
| | 50 ปี ขึ้นไป | 2 | 0.51 |
| ระดับการศึกษา | มัธยมศึกษา | 11 | 2.77 |
| | อนุปริญญา | 141 | 35.52 |
| | ปริญญาตรี | 192 | 48.36 |
| | ปริญญาโท | 34 | 8.56 |
| | อื่นๆ | 19 | 4.79 |
| วัตถุประสงค์ของการเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย | สุขภาพ | 89 | 22.42 |
| | ประกอบอาชีพมวยไทย | 53 | 13.35 |
| | ต่อสู้ป้องกันตัว | 50 | 12.59 |
| | แข่งขัน K 1 | 71 | 17.89 |
| | แข่งขัน Ultimate Fighting | 66 | 16.62 |
| | อยากทดลอง | 37 | 9.32 |
| | ชมและแข่งขันชมมวยไทย | 31 | 7.81 |

ตารางที่ 4.4.1 (ต่อ)

| รายการ | | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|--------------|-------|--------|
| ประสบการณ์ด้านมวยไทย | ไม่มี | 82 | 20.66 |
| | 1 – 5 ปี | 167 | 42.07 |
| | 6 – 10 ปี | 106 | 26.70 |
| | 11 – 15 ปี | 34 | 8.56 |
| | 16 – 20 ปี | 7 | 1.76 |
| | 20 ปี ขึ้นไป | 1 | 0.25 |
| | สัญชาติ | ไทย | 7 |
| มาเลเซีย | | 4 | 1.01 |
| สิงคโปร์ | | 12 | 3.02 |
| อินโดนีเซีย | | 8 | 2.02 |
| ฟิลิปปินส์ | | 7 | 1.76 |
| เนปาล | | 5 | 1.26 |
| ไต้หวัน | | 6 | 1.51 |
| ฮ่องกง | | 9 | 2.27 |
| มาเก๊า | | 12 | 3.02 |
| เกาหลี | | 20 | 5.03 |
| ญี่ปุ่น | | 23 | 5.79 |
| สาธารณรัฐประชาชนจีน | | 6 | 1.51 |
| สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ | | 4 | 1.01 |
| ออสเตรเลีย | | 54 | 13.60 |
| แคนาดา | | 18 | 4.53 |
| ฝรั่งเศส | | 36 | 9.09 |
| เยอรมัน | | 39 | 10.57 |
| อังกฤษ | | 16 | 4.03 |
| สหรัฐอเมริกา | | 14 | 3.52 |

ตารางที่ 4.4.1 (ต่อ)

| รายการ | จำนวน | ร้อยละ |
|---------------------------|-------|--------|
| สเปน | 8 | 2.01 |
| นิวซีแลนด์ | 6 | 1.51 |
| ไอร์แลนด์ | 3 | 0.75 |
| แม็กซิโก | 9 | 2.27 |
| คอซตาริกา | 5 | 1.26 |
| เนเธอร์แลนด์ | 14 | 3.52 |
| สวีเดน | 30 | 7.56 |
| เบลเยียม | 5 | 1.26 |
| ฟินแลนด์ | 4 | 1.01 |
| นอร์เวย์ | 6 | 1.51 |
| เดนมาร์ก | 7 | 1.76 |
| จังหวัดที่เข้าร่วมกิจกรรม | | |
| ภูเก็ต | 217 | 54.66 |
| พังงา | 57 | 14.36 |
| กระบี่ | 123 | 30.98 |

จากตารางที่ 4.4.1 แสดงว่านักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามและเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 70.03 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 29.97 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.39 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.36 และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 22.42 รองลงมาคือ เพื่อแข่งขันมวย เคว้น (k 1) คิดเป็นร้อยละ 17.89 เพื่อการต่อสู้แบบไร้ขีดจำกัด (Ultimate Fighting) คิดเป็นร้อยละ 16.63 และเพื่อประกอบอาชีพด้านมวยไทย คิดเป็นร้อยละ 13.35 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวดังกล่าวส่วนใหญ่มีประสบการณ์ด้านมวยไทย ระหว่าง 1-5 ปีคิดเป็นร้อยละ 42.07 รองลงมาคือ 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.70 โดยที่ส่วนใหญ่เป็นสัญชาติ ออสเตรเลีย คิดเป็นร้อยละ 13.60 รองลงมาคือสัญชาติเยอรมัน คิดเป็นร้อยละ 10.57 สัญชาติฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 9.09 และสัญชาติสวีเดน คิดเป็นร้อยละ 8.57 ตามลำดับ และเป็นที่น่าสนใจว่าการศึกษาคั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากจังหวัดภูเก็ตถึงร้อยละ 54.66 รองลงมาคือจังหวัดกระบี่ คิดเป็นร้อยละ 30.98 และจังหวัดพังงา คิดเป็นร้อยละ 14.36 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4.2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ด้านเวทีมวย

| ข้อ | รายการ | \bar{x} | SD | ระดับ |
|---------|--------------------------------|-----------|------|-----------|
| 1 | ทำเลที่ตั้งของเวทีมวย | 3.51 | 1.24 | มาก |
| 2 | มาตรฐานของเวทีมวย | 4.02 | 0.96 | มาก |
| 3 | ที่นั่งชมการแข่งขัน | 3.19 | 1.11 | ปานกลาง |
| 4 | ห้องน้ำในเวทีมวย | 3.36 | 0.73 | ปานกลาง |
| 5 | การจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม | 3.40 | 0.81 | ปานกลาง |
| 6 | ราคาตั๋วเข้าชม | 3.23 | 1.07 | ปานกลาง |
| 7 | การตัดสินของกรรมการ | 4.11 | 0.47 | มาก |
| 8 | การสื่อสารของบุคลากร | 2.44 | 2.01 | น้อย |
| 9 | การพำนักบนเวที | 2.38 | 1.19 | น้อย |
| 10 | กิจกรรมไหว้ครูมวยไทย | 4.56 | 2.01 | มากที่สุด |
| 11 | จำนวนยกและเวลาที่ใช้ | 4.51 | 2.13 | มากที่สุด |
| 12 | เครื่องดนตรีบรรเลง | 4.50 | 1.77 | มากที่สุด |
| 13 | ความสามารถและชื่อชั้นของนักมวย | 4.54 | 2.10 | มากที่สุด |
| 14 | รูปร่างของนักมวย | 4.52 | 1.12 | มากที่สุด |
| 15 | สมรรถภาพทางกายของนักมวย | 4.51 | 0.95 | มากที่สุด |
| 16 | เอกสารและข้อมูลการแข่งขัน | 3.11 | 1.08 | ปานกลาง |
| รวม | | 3.74 | 1.17 | มาก |
| n = 397 | | | | |

จากตารางที่ 4.4.2 แสดงว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ด้านเวทีมวย ในภาพรวมระดับมาก ($\bar{x} = 3.74$) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกิจกรรมไหว้ครูมวยไทย ($\bar{x} = 4.56$) ความสามารถและชื่อชั้นของนักมวย ($\bar{x} = 4.54$) รูปร่างของนักมวย ($\bar{x} = 4.52$) สมรรถภาพทางกายของนักมวย ($\bar{x} = 4.51$) จำนวนยกและเวลาที่ใช้ (\bar{x}

= 4.51) และเครื่องดนตรีบรรเลง ($\bar{x} = 4.50$) ในระดับมากที่สุด ขณะที่พึงพอใจ การสื่อสารของบุคลากร ($\bar{x} = 2.44$) และการพำนักบนเวที ($\bar{x} = 2.38$) ในระดับน้อยตามลำดับ

ตารางที่ 4.4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ด้านค่ายมวย

| ข้อ | รายการ | \bar{x} | SD | ระดับ |
|---------|--|-----------|------|-----------|
| 1 | ทำเลที่ตั้ง | 3.46 | 1.00 | ปานกลาง |
| 2 | สิ่งอำนวยความสะดวก | 3.48 | 1.03 | ปานกลาง |
| 3 | ชุดและอุปกรณ์การฝึก | 3.57 | 0.92 | มาก |
| 4 | หลักสูตรและกิจกรรมการฝึก | 4.60 | 0.79 | มากที่สุด |
| 5 | ขนาดของกลุ่มเรียน | 4.54 | 1.12 | มากที่สุด |
| 6 | ตารางเรียนและคาบเรียน | 3.58 | 1.01 | มาก |
| 7 | วิธีสอนและวิธีฝึกซ้อม | 4.55 | 0.98 | มากที่สุด |
| 8 | กฎระเบียบในการเรียน | 3.63 | 1.07 | มาก |
| 9 | ประกาศนียบัตรสำเร็จหลักสูตร | 4.39 | 1.14 | มาก |
| 10 | ภาพถ่ายและข้อมูลในการร่วมกิจกรรม | 4.47 | 0.88 | มาก |
| 11 | ความสามารถด้านมวยไทยของผู้สอน | 4.59 | 1.11 | มากที่สุด |
| 12 | ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ของผู้สอน | 4.57 | 0.95 | มากที่สุด |
| 13 | ความสามารถใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฝึกสอน | 2.49 | 0.73 | น้อย |
| 14 | บุคลิกภาพและคุณธรรมของผู้สอน | 3.77 | 0.87 | มาก |
| 15 | ราคาในการเข้าร่วมกิจกรรม | 4.06 | 1.17 | มาก |
| รวม | | 3.98 | 0.98 | มาก |
| n = 397 | | | | |

จากตารางที่ 4.4.3 แสดงว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ด้านค่ายมวย ในภาพรวมระดับมาก ($\bar{x} = 3.98$) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจหลักสูตรและกิจกรรมการฝึก ($\bar{x} = 4.60$) ความสามารถด้านมวยไทยของผู้สอน ($\bar{x} = 4.59$) ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ของผู้สอน ($\bar{x} = 4.57$) วิธีสอนและวิธีฝึกซ้อม ($\bar{x} = 4.55$) และขนาดของกลุ่มเรียน ($\bar{x} = 4.54$) ในระดับมากที่สุดตามลำดับ ขณะที่พึงพอใจ ทำเลที่ตั้ง ($\bar{x} =$

3.46) สิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{x} = 3.48$) และความสามารถใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฝึกสอน ($\bar{x} = 2.48$) ในระดับปานกลางและน้อยเท่านั้น

ตารางที่ 4.4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ด้านเส้นทางท่องเที่ยว (one day tour)

| ข้อ | รายการ | \bar{x} | SD | ระดับ |
|---------|------------------------------------|-----------|------|-----------|
| 1 | เส้นทางท่องเที่ยวสายป่าตอง ภูเก็ต | 4.51 | 0.71 | มากที่สุด |
| 2 | เส้นทางท่องเที่ยวสายราไวย์ ภูเก็ต | 4.43 | 0.86 | มาก |
| 3 | เส้นทางท่องเที่ยวสายฉลอง ภูเก็ต | 4.41 | 1.02 | มาก |
| 4 | เส้นทางท่องเที่ยวสายอ่าวนาง กระบี่ | 4.38 | 0.62 | มาก |
| 5 | เส้นทางท่องเที่ยวสายเกาะยาว พังงา | 4.35 | 0.79 | มาก |
| รวม | | 4.41 | 1.04 | มาก |
| n = 397 | | | | |

จากตารางที่ 4.4.4 แสดงว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ด้านเส้นทางท่องเที่ยว ในภาพรวมระดับมาก ($\bar{x} = 4.41$) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเส้นทางท่องเที่ยวสายป่าตอง ภูเก็ต ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.51$) รองลงมาคือเส้นทางท่องเที่ยวสายราไวย์ ภูเก็ต ($\bar{x} = 4.43$) เส้นทางท่องเที่ยวสายฉลอง ภูเก็ต ($\bar{x} = 4.41$) เส้นทางท่องเที่ยวสายอ่าวนาง กระบี่ ($\bar{x} = 4.38$) และเส้นทางท่องเที่ยวสายเกาะยาว พังงา ($\bar{x} = 4.35$) ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ด้านโปรแกรมการนำเที่ยว (Tour Package)

| ข้อ | รายการ | \bar{x} | SD | ระดับ |
|-----|--|-----------|------|-----------|
| 1 | ท่องเที่ยวตามเส้นทางแบบ One day Tour | 3.53 | 0.91 | มาก |
| 2 | เรียนรู้และฝึกเพื่อเป็นนักมวยไทยอาชีพ 3 – 6 เดือน | 4.51 | 0.78 | มากที่สุด |
| 3 | เรียนรู้และฝึกมวย k 1 | 4.37 | 1.01 | มาก |
| 4 | เรียนรู้และฝึกอาวุธมวยไทยเพื่อใช้กับ Ultimate Fighting | 4.46 | 0.89 | มาก |
| 5 | ชมการแข่งขันมวยไทยชิงแชมป์ระดับสากล | 4.13 | 1.05 | มาก |
| | รวม | 4.20 | 0.94 | มาก |
| | n = 397 | | | |

จากตารางที่ 4.4.5 แสดงว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ด้านโปรแกรมการนำเที่ยวในภาพรวมระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเรียนรู้และฝึกเพื่อเป็นนักมวยไทยอาชีพ 3 – 6 เดือน ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.51$) รองลงมาคือ เรียนรู้และฝึกอาวุธมวยไทยเพื่อใช้กับ Ultimate Fighting ($\bar{x} = 4.46$) เรียนรู้และฝึกมวย k 1 ($\bar{x} = 4.37$) ชมการแข่งขันมวยไทยชิงแชมป์ระดับสากล ($\bar{x} = 4.13$) และท่องเที่ยวตามเส้นทางแบบ One day Tour ($\bar{x} = 3.53$) ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ด้านศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทย

| ข้อ | รายการ | \bar{x} | SD | ระดับ |
|---------|------------------------------|-----------|------|-----------|
| 1 | กระบี่กระบอง | 4.44 | 1.00 | มาก |
| 2 | ปีกลองมวยไทย | 3.57 | 1.03 | มาก |
| 3 | พิพิธภัณฑสถานมวยไทย | 4.32 | 0.95 | มาก |
| 4 | ไหว้ครู อวูธ และแม่ไม้มวยไทย | 4.58 | 0.78 | มากที่สุด |
| 5 | ควงพลองไฟ ห่วงไฟ และเชือกไฟ | 4.63 | 0.66 | มากที่สุด |
| รวม | | 4.30 | 0.91 | มาก |
| n = 397 | | | | |

จากตารางที่ 4.4.6 แสดงว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน ด้านศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทยในภาพรวมระดับมาก ($\bar{x} = 4.30$) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการควงพลองไฟ ห่วงไฟ และเชือกไฟ ($\bar{x} = 4.63$) ไหว้ครู อวูธ และแม่ไม้มวยไทย ($\bar{x} = 4.58$) ในระดับมากที่สุด ขณะที่มีความพึงพอใจศิลปะการต่อสู้กระบี่กระบอง ($\bar{x} = 4.44$) ชมพิพิธภัณฑสถานมวยไทย ($\bar{x} = 4.32$) และปีกลองมวยไทย ($\bar{x} = 3.57$) ในระดับมาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4.7 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน

| ข้อ | ด้าน | เชื้อชาติ | | | | t | Sig |
|-----|---|-----------|------|-----------|------|-------|-------|
| | | ตะวันตก | | เอเชีย | | | |
| | | \bar{x} | SD | \bar{x} | SD | | |
| 1 | เวทิมวย | 3.75 | 1.02 | 3.14 | 0.94 | 2.193 | .041* |
| 2 | ค่ายมวย | 3.96 | 0.97 | 3.01 | 0.77 | 2.337 | .038* |
| 3 | เส้นทางท่องเที่ยว | 4.45 | 0.84 | 4.51 | 1.03 | .304 | .563 |
| 4 | โปรแกรมการนำเที่ยว | 4.22 | 1.06 | 4.17 | 0.98 | .283 | .597 |
| 5 | ศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทย | 4.27 | 1.00 | 4.34 | 0.89 | .311 | .546 |
| | รวม | 4.13 | 1.05 | 3.83 | 0.90 | 2.152 | .048* |

* $t_{.05, 397} > 1.96$

จากตารางที่ 4.4.7 แสดงว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน จำแนกตามเชื้อชาติ คือ ตะวันตกกับเอเชีย ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวดังกล่าวมีความพึงพอใจด้านเวทิมวยและค่ายมวยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน ส่วนด้านเส้นทางท่องเที่ยว โปรแกรมการนำเที่ยว และศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทย ไม่แตกต่างกัน

ข้อมูลซึ่งเป็นความพึงพอใจจากแบบสอบถามปลายเปิด

| ลำดับที่ | ความพึงพอใจ | จำนวน | ชาติ |
|----------|---|-------|-------------------|
| 1 | ประสงค์ให้อันดามันโดยเฉพาะภูเก็ตเป็นศูนย์กลางของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวแห่งเอเชียแบบครบวงจร | 5 | ตะวันตก เอเชีย |
| 2 | ประสงค์ให้อันดามันจัดหานักมวยที่มีความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ | 4 | ตะวันตก เอเชีย |
| 3 | ประสงค์ให้อันดามันนำมวยไทยมาเป็นกิจกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ | 4 | |
| 4 | ประสงค์ให้อันดามันจัดทำหลักสูตรระยะสั้นด้านอาวุธมวยไทยเพื่อนำไปใช้กับการต่อสู้แบบอัลติเมทไฟท์ติ้ง หรือฟรีไฟท์ | 6 | ตะวันตก |
| 5 | ประสงค์ให้อันดามันจัดสอนหลักสูตรมวยเควัน (k-1) เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับ | 4 | เอเชีย |
| 6 | ประสงค์ให้อันดามันจัดการแข่งขันมวยไทย และมวยไทยประยุกต์อื่น ๆ ที่แปลกใหม่และจูงใจนักท่องเที่ยวนานาชาติอย่างมีคุณภาพและน่าประทับใจเป็นประจำทุกปี | 3 | เอเชีย |
| 7 | ประสงค์ให้อันดามันจัดค่ายมวยให้มีบรรยากาศในการเรียนรู้แบบไทยและอยู่อย่างไทย | 7 | ตะวันตก เอเชีย |
| 8 | ประสงค์ให้อันดามันจัดหานักมวยไทยอดีตแชมป์ของสมาคมมวยไทยโลก และอื่น ๆ มาเป็นผู้ฝึกสอน | 9 | ตะวันตก เอเชีย |

เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 4 เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจมวยไทยในอันดามัน พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจการไหว้ครูมวยรูปร่าง ชั้นเชิง ของนักมวย หลักสูตรและกิจกรรมการเรียนการสอน ความสามารถของครูผู้สอน วิธีสอน และขนาดกลุ่มเรียน นอกจากนี้ยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจเส้นทางนำเที่ยวสายป่าตอง กิจกรรมการเรียนรู้อาวุธมวยไทยอาชีพ การฝึกอาวุธและแม่ไม้สำหรับการต่อสู้แบบไร้ขีดจำกัด (Ultimate Fighting) การควงพลองไฟ และกระบี่กระบอง อย่างไรก็ตามจากการศึกษาครั้งนี้ยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติคือยุโรปกับเอเชียมีความพึงพอใจค่ายมวยและเวทีมวยในภาพรวมแตกต่างกัน ส่วนด้านเส้นทางนำเที่ยว โปรแกรมการนำเที่ยว และศิลปวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทยไม่แตกต่างกัน

4.5 ปัจจัยด้านการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
กลุ่มเป้าหมาย

ประกอบด้วย ชาวออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกให้
ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษา
ครั้งนี้

ตารางที่ 4.5.1 แสดงค่าร้อยละข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

| รายการ | | จำนวน | ร้อยละ |
|--------|---------------------------|-------|--------|
| เพศ | ชาย | 109 | 61.93 |
| | หญิง | 67 | 38.07 |
| อายุ | 15 - 20 ปี | 41 | 23.30 |
| | 21 - 30 ปี | 77 | 43.75 |
| | 31 - 40 ปี | 36 | 20.45 |
| | 41 - 50 ปี | 22 | 12.50 |
| | | | |
| | มัธยมศึกษา | 14 | 07.95 |
| | อนุปริญญา | 60 | 34.09 |
| | ปริญญาตรี | 78 | 44.32 |
| | ปริญญาโท | 13 | 07.39 |
| | อื่น ๆ | 11 | 06.25 |
| | | | |
| | สุขภาพ | 36 | 20.45 |
| | ประกอบอาชีพมวยไทย | 17 | 09.66 |
| | ต่อสู้ป้องกันตัว | 26 | 14.77 |
| | แข่งขัน Boxing K 1 | 23 | 13.07 |
| | แข่งขัน Ultimate Fighting | 29 | 16.48 |
| | อยากทดลอง | 11 | 06.25 |
| | ชมแข่งขันมวยไทย | 13 | 07.39 |
| | ชมแข่งขันชกมวยไทย | 21 | 11.93 |

ตารางที่ 4.6.1 (ต่อ)

| รายการ | | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|--------------|-------|--------|
| ประสบการณ์ด้านมวยไทย | ไม่มี | 19 | 10.79 |
| | 1 – 5 ปี | 59 | 33.53 |
| | 6 – 10 ปี | 48 | 27.27 |
| | 11 – 15 ปี | 36 | 20.46 |
| | 16 – 20 ปี | 14 | 07.95 |
| สัญชาติ | ออสเตรเลีย | 54 | 30.68 |
| | สแกนดิเนเวีย | 47 | 26.71 |
| | เยอรมัน | 39 | 22.16 |
| | ฝรั่งเศส | 36 | 20.45 |

จากตารางที่ 4.5.1 แสดงว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่สนใจด้านกีฬามวยไทย และเข้ามาสู่พื้นที่อันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยววันหยุด ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.93 และเป็นเพศหญิงร้อยละ 38.07 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.75 สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 44.32 และส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 20.45 รองลงมาคือ เพื่อการท่องเที่ยวแบบไร้ขีดจำกัด (Ultimate Fighting) คิดเป็นร้อยละ 16.48 เพื่อแข่งขันมวย เคว้น (k 1) คิดเป็นร้อยละ 13.07 และเพื่อชมการแข่งขันชกมวยไทย คิดเป็นร้อยละ 11.93 ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวดังกล่าวส่วนใหญ่มีประสบการณ์ด้านมวยไทย ระหว่าง 1 – 5 ปีคิดเป็นร้อยละ 33.53 รองลงมาคือ 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.27 โดยที่ส่วนใหญ่เป็นสัญชาติออสเตรเลีย คิดเป็นร้อยละ 30.68 รองลงมาคือสัญชาติสแกนดิเนเวีย คิดเป็นร้อยละ 26.71 สัญชาติเยอรมัน คิดเป็นร้อยละ 22.16 และสัญชาติฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 20.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5.2 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาด กับ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
Tour Package ที่ 1 “Andaman One day Two Camps Muay Thai trip”

| ปัจจัยด้าน การตลาดที่ สำคัญ | ออสเตรเลีย | | สแกนดิเนเวีย | | เยอรมัน | | ฝรั่งเศส | | รวม | |
|-----------------------------------|------------|--------|--------------|--------|---------|--------|----------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| | น | ละ | น | ละ | น | ละ | น | ละ | น | ละ |
| Product | 32 | 59.30 | 25 | 53.20 | 20 | 51.30 | 18 | 50.00 | 95 | 54.00 |
| Price | 14 | 25.90 | 11 | 23.40 | 5 | 12.80 | 2 | 5.60 | 32 | 18.20 |
| Promotion | 8 | 14.80 | 11 | 23.40 | 14 | 35.90 | 16 | 44.40 | 49 | 27.80 |
| รวม | 54 | 100 | 47 | 100 | 39 | 100 | 36 | 100 | 176 | 100 |

Pearson chi – square p = .022*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.5.2 แสดงว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 1 “Andaman1day 2 Muay Thai Camp Tour” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์และราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.30 และ 25.90 ตามลำดับ ขณะที่สัญชาติฝรั่งเศส มีความพึงพอใจ วิธีการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.40

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาคือวิธีการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 28.80 และราคาที่กำหนดคิดเป็นร้อยละ 18.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5.3 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 2 “Two Days One Night Ancient Muay Thai. Trip”

| ปัจจัยด้าน การตลาดที่ สำคัญ | ออสเตรเลีย | | สแกนดิเนเวีย | | เยอรมัน | | ฝรั่งเศส | | รวม | |
|-----------------------------------|------------|--------|--------------|--------|---------|--------|----------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| Product | 33 | 61.10 | 24 | 51.10 | 19 | 48.70 | 18 | 50.00 | 94 | 53.40 |
| Price | 12 | 22.22 | 10 | 21.30 | 18 | 46.20 | 15 | 41.70 | 55 | 31.30 |
| Promotion | 9 | 16.70 | 13 | 27.70 | 2 | 5.10 | 3 | 8.30 | 27 | 15.30 |
| รวม | 54 | 100 | 47 | 100 | 39 | 100 | 36 | 100 | 176 | 100 |

Pearson chi – square p = .012*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.5.3 แสดงว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 2 “Two Days One Night Walk Along the Andaman with Ancient Muay Thai” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.10 และ ขณะที่สัญชาติเยอรมัน มีความพึงพอใจราคาที่กำหนดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.20 และสัญชาติสแกนดิเนเวียพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.70

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 53.40 รองลงมาคือราคาที่กำหนดคิดเป็นร้อยละ 31.30 และการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 15.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5.4 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 3 “Andaman Fight Night Tour”

| ปัจจัยด้าน การตลาดที่ สำคัญ | ออสเตรเลีย | | สแกนดิเนเวีย | | เยอรมัน | | ฝรั่งเศส | | รวม | |
|-----------------------------------|------------|--------|--------------|--------|---------|--------|----------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| Product | 28 | 51.90 | 25 | 53.20 | 21 | 53.80 | 21 | 58.30 | 95 | 54.00 |
| Price | 18 | 37.00 | 12 | 25.50 | 5 | 12.80 | 12 | 33.30 | 49 | 27.80 |
| Promotion | 8 | 11.10 | 10 | 21.30 | 13 | 33.40 | 3 | 8.40 | 32 | 18.20 |
| รวม | 54 | 100 | 47 | 100 | 39 | 100 | 36 | 100 | 176 | 100 |

Pearson chi – square p = .029*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.5.4 แสดงว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 3 “Andaman Fight Night Tour” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสัญชาติฝรั่งเศส มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.30 ขณะที่สัญชาติออสเตรเลีย มีความพึงพอใจราคาที่กำหนดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.00 และสัญชาติเยอรมันพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.40

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือราคาที่กำหนดคิดเป็นร้อยละ 27.80 และการส่งเสริมการตลาด คิดเป็นร้อยละ 18.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5.5 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 4 “Andaman Super Fight Boxing Show”

| ปัจจัยด้าน การตลาดที่ สำคัญ | ออสเตรเลีย | | สแกนดิเนเวีย | | เยอรมัน | | ฝรั่งเศส | | รวม | |
|-----------------------------------|------------|--------|--------------|--------|---------|--------|----------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| Product | 29 | 53.70 | 27 | 57.40 | 21 | 53.80 | 19 | 52.80 | 96 | 54.50 |
| Price | 8 | 14.80 | 14 | 29.80 | 12 | 30.80 | 4 | 11.10 | 38 | 21.60 |
| Promotion | 17 | 31.50 | 6 | 12.80 | 6 | 15.40 | 13 | 36.10 | 42 | 23.90 |
| รวม | 54 | 100 | 47 | 100 | 39 | 100 | 36 | 100 | 176 | 100 |

Pearson chi – square p = .039*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.5.5 แสดงว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 4 “Andaman Super Fight Boxing Show” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสัญชาติสแกนดิเนเวีย มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.40 และ ขณะที่สัญชาติเยอรมัน มีความพึงพอใจราคาที่กำหนดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.80 และสัญชาติฝรั่งเศสพึงพอใจการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.10

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาคือการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 23.90 และราคาที่กำหนดคิดเป็นร้อยละ 21.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5.6 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 5 “Muay Thai Andaman Study and Training Camp”

| ปัจจัยด้านการตลาดที่สำคัญ | ออสเตรเลีย | | สแกนดิเนเวีย | | เยอรมัน | | ฝรั่งเศส | | รวม | |
|---------------------------|------------|--------|--------------|--------|---------|--------|----------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| Product | 28 | 51.90 | 27 | 57.40 | 23 | 59.00 | 18 | 50.00 | 96 | 54.50 |
| Price | 8 | 14.80 | 11 | 23.40 | 13 | 33.30 | 6 | 16.70 | 38 | 21.60 |
| Promotion | 18 | 33.30 | 9 | 19.10 | 3 | 7.70 | 12 | 33.30 | 42 | 23.90 |
| รวม | 54 | 100 | 47 | 100 | 39 | 100 | 36 | 100 | 176 | 100 |

Pearson chi – square p = .049*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.5.6 แสดงว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 5 “Muay Thai Andaman Study and Training Camp” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสัญชาติเยอรมัน มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์และราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 59.00 และ 33.30 ตามลำดับ ขณะที่สัญชาติออสเตรเลียกับฝรั่งเศส มีความพึงพอใจ วิธีการส่งเสริมการตลาดมากที่สุดเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 33.30

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 54.50 รองลงมาคือการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 23.90 และราคาที่กำหนดคิดเป็นร้อยละ 21.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5.7 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 6 “Diploma in Muay Thai Andaman utilizing the co-operative Education system”

| ปัจจัยด้านการตลาดที่สำคัญ | ออสเตรเลีย | | สแกนดิเนเวีย | | เยอรมัน | | ฝรั่งเศส | | รวม | |
|---------------------------|------------|--------|--------------|--------|---------|--------|----------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| | น | ละ | น | ละ | น | ละ | น | ละ | น | ละ |
| Product | 27 | 50.00 | 26 | 55.30 | 22 | 56.40 | 17 | 47.20 | 92 | 52.30 |
| Price | 11 | 20.40 | 11 | 23.40 | 15 | 38.50 | 6 | 16.70 | 43 | 24.40 |
| Promotion | 6 | 29.60 | 10 | 21.30 | 2 | 5.10 | 13 | 36.10 | 41 | 23.30 |
| รวม | 54 | 100 | 47 | 100 | 39 | 100 | 36 | 100 | 176 | 100 |

Pearson chi – square p = .030*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.5.7 แสดงว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 6 “Muay Thai Andaman Diploma and Tour (18 months) utilizing the co-operative Education system” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสัญชาติเยอรมัน มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์และราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 56.40 และ 38.50 ตามลำดับ ขณะที่สัญชาติฝรั่งเศส มีความพึงพอใจวิธีการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.10

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 52.30 รองลงมาคือการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 24.40 และราคาที่กำหนดคิดเป็นร้อยละ 23.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5.8 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 7 “Muay Thai Andaman for Special Purpose and Tour (90 days)”

| ปัจจัยด้านการตลาดที่สำคัญ | ออสเตรเลีย | | สแกนดิเนเวีย | | เยอรมัน | | ฝรั่งเศส | | รวม | |
|---------------------------|------------|--------|--------------|--------|---------|--------|----------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| | น | ละ | น | ละ | น | ละ | น | ละ | น | ละ |
| Product | 28 | 51.90 | 27 | 57.40 | 20 | 51.30 | 19 | 52.80 | 94 | 53.40 |
| Price | 17 | 31.50 | 16 | 34.00 | 6 | 15.40 | 6 | 16.70 | 45 | 25.60 |
| Promotion | 9 | 16.70 | 4 | 8.60 | 13 | 33.30 | 11 | 30.60 | 37 | 21.00 |
| รวม | 54 | 100 | 47 | 100 | 39 | 100 | 36 | 100 | 176 | 100 |

Pearson chi – square p = .038*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.5.8 แสดงว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 7 “Muay Thai Andaman for Special Purpose and Tour (90 days)” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสัญชาติสแกนดิเนเวีย มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์และราคามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.40 และ 34.00 ตามลำดับ ขณะที่สัญชาติเยอรมัน มีความพึงพอใจ วิธีการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.30

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 53.40 รองลงมาคือวิธีการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 25.60 และราคาที่กำหนดคิดเป็นร้อยละ 21.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5.9 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 8 “World Ironman Championship : Muaythai Andaman XL (W- I MAX)”

| ปัจจัยด้านการตลาดที่สำคัญ | ออสเตรเลีย | | สแกนดิเนเวีย | | เยอรมัน | | ฝรั่งเศส | | รวม | |
|---------------------------|------------|--------|--------------|--------|---------|--------|----------|--------|-------|--------|
| | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ | จำนวน | ร้อยละ |
| | น | ละ | น | ละ | น | ละ | น | ละ | น | ละ |
| Product | 28 | 51.90 | 31 | 66.00 | 23 | 59.00 | 19 | 52.80 | 101 | 57.40 |
| Price | 5 | 9.20 | 13 | 27.70 | 10 | 25.60 | 8 | 22.20 | 36 | 20.50 |
| Promotion | 21 | 38.90 | 3 | 6.30 | 6 | 15.40 | 9 | 25.00 | 39 | 22.10 |
| รวม | 54 | 100 | 47 | 100 | 39 | 100 | 36 | 100 | 176 | 100 |

Pearson chi – square p = .009*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.5.9 แสดงว่า ปัจจัยด้านการตลาดมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ Tour Package ที่ 12 “Muay Thai Fighting : The World Andaman Contest Festival” อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสัญชาติสแกนดิเนเวีย มีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์และราคาที่กำหนดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.00 และ 27.70 ตามลำดับ ขณะที่สัญชาติออสเตรเลีย พึงพอใจการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.90

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 57.40 รองลงมาคือการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 22.10 และราคาที่กำหนดคิดเป็นร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5.10 แสดงลำดับ ความถี่ และค่าร้อยละ ของปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 สัญชาติ

| ปัจจัย ที่สำคัญ | ผลิตภัณฑ์ประกอบไปด้วย Tour Package ที่ 1 – 8 | | | | | | | |
|--------------------|--|--------------------|--------------------|-----------------|------------------------------|-----------------|-----------------|--------------------|
| | ≥ | ≠ | ⊂ | ⊆ | ∈ | ∉ | ∠ | ∇ |
| Product | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ |
| | 59.30 Australia | 61.10 Australia | 58.30 France | 57.40 Scan | 59.00 German | 56.40 German | 57.40 Scan | 66.00 Scan |
| Price | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ |
| | 25.90 Australia | 46.20 German | 37.00 Australia | 30.80 German | 33.30 German | 38.50 German | 34.00 Scan | 27.70 Scan |
| Promotion | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ |
| | 44.40 France | 27.70 Scan | 33.40 German | 36.10 France | 33.30 Australia France | 36.10 France | 21.00 German | 38.90 Australia |
| ภาพรวม | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ |
| | Product | Product | Product | Product | Product | Product | Product | Product |
| | 54.00 | 53.40 | 54.00 | 54.50 | 54.50 | 52.30 | 53.40 | 57.40 |
| | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ |
| | Promotion | Price | Price | Promotion | Promotion | Price | Price | Promotion |
| | 27.80 | 31.30 | 27.80 | 23.90 | 23.90 | 24.40 | 25.60 | 20.50 |
| ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | ⊆ | |
| Price | Promotion | Promotion | Price | Price | Promotion | Promotion | Price | |
| 18.20 | 15.30 | 18.20 | 21.60 | 21.60 | 23.30 | 21.00 | 22.10 | |

จากตารางที่ 4.5.10 แสดงว่า ผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวระดับหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบไปด้วยแพ็คเกจทัวร์ทั้ง 8 โปรแกรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ทุกรายการ ทั้งที่เปรียบเทียบกับปัจจัยด้านการตลาดด้วยกันและภาพรวม รองลงมาคือราคา และการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจราคาและการส่งเสริมการตลาดของแพ็คเกจทัวร์เป็นอันดับ 2 และอันดับ 3 อย่างละ 4 โปรแกรมเท่ากัน

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเฉพาะตัวผลิตภัณฑ์ เป็นที่น่าสังเกตว่าสัญชาติสแกนดิเนเวียมีบทบาทสำคัญในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 ถึง 3 แพ็คเก็ตจัวร์ รองลงมาคือสัญชาติออสเตรเลีย และเยอรมัน เลือกใช้ผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 สัญชาติละ 2 แพ็คเก็ตจัวร์เท่ากัน ส่วนสัญชาติฝรั่งเศสเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 เพียง 1 แพ็คเก็ตจัวร์เท่านั้น

นอกจากนี้ยังพบว่ารูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ดูเหมือนว่ามีแนวโน้มจะสัมพันธ์กับสัญชาตินักท่องเที่ยว กล่าวคือแพ็คเก็ตจัวร์ที่ 1 กับ 2 ซึ่งเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบสบายๆ เรียนรู้เชิงมวยไทยเล็กน้อยได้รับการเลือกเป็นอันดับ 1 จากนักท่องเที่ยวสัญชาติออสเตรเลียและแพ็คเก็ตจัวร์ที่ 3 ซึ่งก็เป็นแบบสบายเช่นกันไม่มีการเรียนรู้เชิงมวย แต่จะเน้นเรื่องการชม เซียร์ และดื่มภาคกลางคืน ได้รับการเลือกเป็นอันดับ 1 จากนักท่องเที่ยวสัญชาติฝรั่งเศส ขณะที่แพ็คเก็ตจัวร์ที่ 4 ที่ 7 และที่ 8 ซึ่งเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงการต่อสู้และแข่งขันได้รับการเลือกเป็นอันดับ 1 จากนักท่องเที่ยวสัญชาติสแกนดิเนเวีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแพ็คเก็ตจัวร์ที่ 8 “Andaman Ironman Super Fight XL (A- I XL)” ซึ่งเป็นการชกแข่งขันมวยไทยรุ่นใหญ่แบบทรมานและเข้มข้น คือผู้ชนะต้องชก 4 รอบ 4 นาทีติดกันและชกวันเว้นวัน รวมทั้งสิ้น 12 ครั้ง ได้รับความสนใจคิดเป็นร้อยละ 66.00 ซึ่งสูงกว่าอีก 2 แพ็คเก็ตจัวร์ที่เหลือ และที่สำคัญคือเป็นค่าร้อยละที่สูงที่สุดในบรรดาแพ็คเก็ตจัวร์ด้วยกัน ส่วนแพ็คเก็ตจัวร์ที่ 5 และ 6 ซึ่งเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ด้านมวยไทยอย่างแท้จริง ได้รับการเลือกเป็นอันดับ 1 จากนักท่องเที่ยวสัญชาติเยอรมัน

ประการสุดท้ายที่เป็นที่น่าสังเกตก็คือ เมื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างสัญชาตินักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ และราคาของแพ็คเก็ตจัวร์ พบว่ามีอยู่ถึง 5 จาก 8 แพ็คเก็ตจัวร์ที่นักท่องเที่ยวสัญชาติเดียวกันพึงพอใจทั้งผลิตภัณฑ์และราคา คือเลือกผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 และราคาเป็นอันดับ 2 คือ แพ็คเก็ตจัวร์ที่ 1 โดยสัญชาติออสเตรเลีย แพ็คเก็ตจัวร์ที่ 5 กับ 6 โดยสัญชาติเยอรมัน และแพ็คเก็ตจัวร์ที่ 7 กับ 8 โดยสัญชาติสแกนดิเนเวีย ส่วนที่สอดคล้องกันทั้ง ผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาดไม่มี

เพื่อตอบคำถามวิจัยข้อที่ 5 เกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ชาตีสแกนดิเนเวีย ออสเตรเลีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวสัญชาติสแกนดิเนเวียเป็นลูกค้าด้านมวยไทยที่ดีของอันดามัน รองลงมาคือออสเตรเลียและออสเตรเลีย และฝรั่งเศส ตามลำดับ โดยที่สัญชาติสแกนดิเนเวียชอบการต่อสู้แบบดุเดือด โดยเฉพาะแพ็คเก็ตจัวร์ที่ 8 “Andaman Ironman Super Fight XL (A- I XL)” เยอรมันชอบเรียนรู้ ออสเตรเลียชอบท่องเที่ยวสบายๆ และฝรั่งเศสชอบการท่องเที่ยวภาคกลางคืน และโดยภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวพึงพอใจแพ็คเก็ตจัวร์และราคาที่น่าเสนอเป็นอย่างมากทุกรายการ

4.6 แนวทางการยกระดับมวยไทย สู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการ ท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน จากการทำประชาพิจารณ์

ตารางที่ 4.6.1 แนวทางการยกระดับมวยไทย สู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้น
การท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน ด้านการบริหารจัดการ

| ขั้นตอนที่ | การดำเนินงาน |
|--|--|
| 1. จุดประกาย | เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและเป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติ ควรมอบหมายให้สถาบันการพลศึกษา โดยสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่* เป็นเจ้าภาพในการเชิญการกีฬาแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเช่นเดียวกัน ร่วมปรึกษาหารือเกี่ยวกับการดำเนินโครงการเฉพาะกิจเพื่อยกระดับมวยไทยสู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามันโดยให้เกิดประกายความคิดเกี่ยวกับ มูลนิธิมวยไทยอันดามัน สมาคมผู้ประกอบการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน สถาบันมวยไทยอันดามัน และอื่น ๆ |
| 2. เข้าพบผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ | นำแนวคิดเกี่ยวกับโครงการเฉพาะกิจเพื่อยกระดับมวยไทยสู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน เสนอต่อผู้ว่าราชการจังหวัด ภูเก็ต พังงา และ กระบี่ เพื่อขอความคิดเห็นและปรึกษาหารือเกี่ยวกับความเป็นไปได้ และแนวทางการปฏิบัติ และขอความอนุเคราะห์ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต ในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่เมืองท่องเที่ยว อันดับ 1 ในภูมิภาค เป็นเจ้าภาพและประธานในการดำเนินโครงการเฉพาะกิจดังกล่าวในระยะเริ่มต้น |
| 3. เชิญประชุมผู้บริหารระดับจังหวัด กลุ่มอันดามัน | สำนักงานจังหวัดภูเก็ตเชิญผู้บริหารระดับจังหวัดในอันดามัน ประกอบด้วยผู้ว่าราชการจังหวัด นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัด นายกองค้การบริหารส่วนตำบลที่เกี่ยวข้อง นายกเทศมนตรี ผู้อำนวยการศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทย ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยวและกีฬา ผู้อำนวยการเขตพื้นที่การศึกษา และหัวหน้าสถานศึกษาระดับอุดมศึกษาที่เกี่ยวข้อง ร่วมหารือและขอให้นำโครงการดังกล่าวเข้าวาระประชุมจังหวัด กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐบาลจังหวัด และกลุ่มจังหวัดอันดามัน และการทำ MOU ระหว่างกัน |

* กระทรวงกำหนดให้ ภูเก็ต พังงา และ กระบี่ เป็นเขตรับผิดชอบบริการวิชาการและวิชาชีพของสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่

ตารางที่ 4.6.1 (ต่อ)

| ขั้นตอนที่ | การดำเนินงาน |
|--|---|
| 4. นำโครงการเข้าที่ประชุมจังหวัด เพื่อตกลงทำความเข้าใจกับผู้เกี่ยวข้อง และประชาพิจารณ์ | <p>จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ นำโครงการเฉพาะกิจเพื่อยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล ในอันดามันโดยขอตั้งกล่าวเข้าที่ประชุมจังหวัด เพื่อหารือกับองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนคณะกรรมการที่ปรึกษาจังหวัดด้านต่าง ๆ นอกจากนี้ขอให้การกีฬาแห่งประเทศไทยประจำจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัด องค์กรการบริหารส่วนจังหวัด และอื่น ๆ เชิญ ค่ายมวย เวทีมวย บริษัทนำเที่ยว สถานที่พักโรงแรม องค์กรบริหารส่วนตำบล และอื่น ๆ ร่วมปรึกษาหารือ ตกลงทำความเข้าใจ และประชาพิจารณ์โครงการ โดยขอความคิดเห็นเกี่ยวกับ การจัดตั้งมูลนิธิมวยไทยอันดามัน สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในอันดามันร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ที่สำคัญคือชี้ให้เห็นถึงการก่อเกิดรายได้ที่ครอบคลุมและกระจายทั่วทุกพื้นที่อันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย ในรูปของการทำข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่าง 3 จังหวัด การแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานทั้งในส่วนของจังหวัดและกลุ่มจังหวัดอันดามัน และที่ จะล้มเสียมิได้ก็คือกำหนดให้โครงการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของวิสัยทัศน์ เป็นเป้าประสงค์ และเป็นประเด็นยุทธศาสตร์ ของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดอันดามัน (พ.ศ. 2557 - 2560) โดยมีประเด็นที่ควรพิจารณา ดำเนินการดังต่อไปนี้</p> |
| | <p>1. ให้ค่ายมวยทุกค่าย เวทีมวยทุกเวที และบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยทุกบริษัทเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามันเพื่อให้มีสิทธิประโยชน์ขอรับการสนับสนุนด้านธุรกิจจากมูลนิธิมวยไทยอันดามัน</p> |
| | <p>2. ให้นายกององค์การบริหารส่วนตำบลที่มีพื้นที่รับผิดชอบร่วมกับศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดในฐานะนายทะเบียนด้านมวยไทย สมาคมผู้ประกอบการกีฬาเที่ยว ร่วมปรึกษาหารือกับมวลสมาชิกเกี่ยวกับการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว การแบ่งปันรายได้อย่างเป็นธรรม</p> <p>ตลอดจน</p> |

ตารางที่ 4.6.1 (ต่อ)

กระจายรายได้ให้ชุมชน ภายใต้กรอบแห่งนวัตกรรมที่กำหนดขึ้น

| ขั้นตอนที่ | การดำเนินงาน |
|------------|---|
| | <p>3. ให้วางแผนพัฒนาเชิงบูรณาการปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน จิตสาธารณะและการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ตลอดจนองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ส่งผลให้พื้นที่เป้าหมายเป็น “เมืองน่าอยู่” ซึ่งอาจจะนำตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้อง อันมีพระราชบัญญัติรักษาความสะอาดและความเรียบร้อยของบ้านเมือง พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมแห่งชาติ พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535 พระราชบัญญัติการขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษฉบับที่ 5 พ.ศ. 2545 และพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2542 เป็นอาทิ มาปรับใช้โดยให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นออกข้อกำหนดมาใช้บังคับในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม</p> |
| | <p>4. ให้มีการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกสรรและจัดลำดับความสำคัญของการให้งบประมาณในการสนับสนุนปรับปรุงค่ายมวยและเวทีมวยของเอกชนที่อยู่ในเส้นทางกาการท่องเที่ยวสายหลักและมีความพร้อมที่สำคัญคือมีความเป็นไปได้ที่จะก่อให้เกิดการการท่องเที่ยวครบวงจร คือให้นักท่องเที่ยว ได้ฝึก ชม และร่วมแข่งขัน ในค่ายมวยและเวทีมวยมาตรฐานอย่างสะดวกสบายในระยะเวลาอันใกล้โดยใช้ทุนไม่มากนัก และให้มีการกำหนดแผนในการปรับปรุงและพัฒนาให้ครอบคลุมทุกค่ายและทุกเวทีมวยภายในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดอันดามัน : ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในปี พ.ศ. 2557 – 2560</p> |
| | <p>5. ให้องค์การบริหารส่วนตำบลที่มีรายได้อันดับต้น ๆ จากเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่พาดผ่าน ทำการศึกษาวิจัยเพื่อขอกำหนดงบประมาณสนับสนุนจากทางการอย่างครบวงจรเป็นประจำทุกปี และที่สำคัญที่สุดก็คือ ในแผนยุทธศาสตร์ระยะต่อไป (พ.ศ. 2561 – 2564) จะต้องนำเสนอเพื่อจัดสรรงบประมาณ (อาจจะขอสนับสนุนบางส่วนจากมูลนิธิมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน) ในการสร้างหรือบูรณะเวทีมวยที่มีอยู่ให้เป็นมาตรฐานสากล 1 แห่ง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่น</p> |

ตารางที่ 4.6.1 (ต่อ) -----ว่าจะเพิ่มขึ้นทุกปี

| ขั้นตอนที่ | การดำเนินงาน |
|--|--|
| 5. จัดทำหนังสือข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) และแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินโครงการ | จังหวัดภูเก็ต โดยการกีฬาแห่งประเทศไทยประจำจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัด สถาบันอุดมศึกษาในอันดามัน อันมีมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่ เป็นอาทิ อำนวยความสะดวกและร่วมจัดทำร่างหนังสือข้อตกลงความร่วมมือ (Memorandum of Understanding : MOU) โดยใช้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 4 มาเป็นหลักในการคิด ตลอดจนร่างคำสั่งคณะกรรมการดำเนินโครงการเฉพาะกิจเพื่อยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามันอย่างยั่งยืน หลังจากนั้นนำร่างดังกล่าวเสนอจังหวัดพังงาและกระบี่เพื่อพิจารณาปรับปรุงแก้ไข และให้ผู้ว่าราชการจังหวัดท่านใดท่านหนึ่งแล้วแต่จะตกลงกันลงนามในคำสั่ง |
| 6. แลกง้าวและลงนามในข้อตกลงความร่วมมือ MOU | .ให้จังหวัดใดจังหวัดหนึ่งเป็นเจ้าภาพในการลงนามในข้อตกลงความร่วมมือ และแลกเปลี่ยนโครงการโครงการเฉพาะกิจเพื่อยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน โดยจะนำเข้าสู่แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดอันดามัน : ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในปี พ.ศ. 2557 – 2560 |
| 7. การเตรียมงานในช่วงรอเข้าแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดอันดามัน (2555-2558) | อย่างไรก็ตามในช่วงระยะเวลาที่รอนำโครงการเข้าแผนขอให้คณะกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งดำเนินการขอจดทะเบียนมูลนิธิมวยไทยอันดามัน การจัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน การจัดตั้งสถาบันมวยไทยอันดามัน* การจัดตั้งหน่วยงานกลางด้านการตลาด (Marketing Unit) แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ตลอดจนนำร่างประเด็นยุทธศาสตร์ของทั้ง 3 จังหวัดมาหลอมรวมเป็นประเด็นยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัดอันดามัน ตลอดจนประสานกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องพิจารณาจัดสรรงบประมาณสนับสนุนในการบูรณะปรับปรุงค่ายมวย เวทีมวย ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ |

* อาจะจัดตั้งในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตเนื่องจากเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามัน

ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 4.6.1 (ต่อ)

| ขั้นตอนที่ | การดำเนินงาน |
|--|--|
| 8. ประชุมเพื่อพิจารณาร่างประเด็นยุทธศาสตร์และโครงการ | ขอให้จังหวัดหนึ่งจังหวัดใดที่ได้รับมอบหมายเป็นเจ้าภาพประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น อันมีค่ายมวย เวทีมวย บริษัทนาฬิกา สถานที่พักโรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์มวยไทย ร้านขายของที่ระลึก เป็นอาทิ เข้าร่วมพิจารณาร่างประเด็นยุทธศาสตร์และโครงการเพื่อบรรจุในแผนยุทธศาสตร์พัฒนามูลุุ่มจังหวัดอันตามันต่อไป |

จากตารางที่ 4.6.1 แสดงว่า ให้สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่เป็นผู้จัดประกายความคิดเรื่องโครงการเฉพาะกิจเพื่อยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันตามัน โดยนำโครงการดังกล่าวเสนอผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ หลังจากนั้นขอความอนุเคราะห์จังหวัดภูเก็ตเป็นเจ้าภาพจัดประชุมผู้บริหารทั้ง 3 จังหวัด เพื่อให้แต่ละจังหวัดกลับไปชี้แจงภาคส่วนต่าง ๆ เกี่ยวกับโครงการดังกล่าว ตลอดจนผลพวงที่จะเกิดขึ้นตามมา อันได้แก่การตั้งสมาคม มูลนิธิ สถาบันมวยไทยอันตามัน และหน่วยงานกลางด้านการตลาด (Marketing Unit) แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ให้เข้าใจตรงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้กำหนดโครงการดังกล่าวเป็นประเด็นยุทธศาสตร์หนึ่งของการพัฒนาจังหวัดและกลุ่มจังหวัดอันตามัน ซึ่งจะทำการ MOU ระหว่างกันต่อไป และในช่วงรอเข้าแผนพัฒนามูลุุ่มจังหวัดระยะต่อไปในปี พ.ศ.2557-2560 ให้คณะกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งตาม MOU ดำเนินการหลอมรวมประเด็นยุทธศาสตร์และโครงการด้านมวยไทยของ 3 จังหวัด ให้เป็นของกลุุ่มอันตามัน แล้วนำเสนอให้ภาคส่วนต่าง ๆ วิพากษ์ก่อนที่จะนำไปใช้จริง นอกจากนี้จะต้องประสานกับองค์กรส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดงบประมาณในการปรับปรุงและพัฒนาค่ายมวย เวทีมวย ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานอื่น ๆ ให้สอดคล้องกับโครงการตามแผนยุทธศาสตร์ต่อไป

ตารางที่ 4.6.2 แนวทางการยกระดับมวยไทย สู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้น
การท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน ด้านการตลาด

| ขั้นตอนที่ | การดำเนินงาน |
|--|--|
| 1. สร้างและพัฒนา ตราผลิตภัณฑ์ (Brand name) | <p>ประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้องประกอบด้วย ค่ายมวย เวทีมวย บริษัทนำเที่ยว สถานที่พักโรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์มวยไทย ร้านขายของที่ระลึก ตลอดจนภูมิปัญญาและนักวิชาการด้านการตลาด เป็นอาทิ เพื่อกำหนดตราผลิตภัณฑ์หลัก และ Tour Package ทางด้านมวยไทยซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ย่อยสำหรับการกระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วง Green Season โดยมีหลักการที่สำคัญดังนี้</p> <p>1.1 เชื่อมโยงความนิยมและความเชื่อมั่นของโครงการโดยใช้ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทย “Amazing Thailand 1998 - 1999” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งของตราผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการทำตลาดทั้งในแง่ของงบประมาณและเวลาซึ่งการดำเนินงานโครงการเฉพาะกิจเพื่อยกระดับมวยไทยสู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามันในครั้งนี้ได้เสนอแนะให้ใช้ชื่อโครงการซึ่งถือว่าเป็นตราผลิตภัณฑ์ (Brand name) ว่า “Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Stop Service”</p> <p>1.2 เชิดชู “Amdaman” ให้ปรากฏในชื่อตราและผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบไปด้วย Tour Package รูปแบบต่าง ๆ</p> <p>1.3 ใช้คำหรือกลุ่มคำที่บ่งบอกถึงคุณสมบัติพิเศษของโครงการสำหรับ “Green Season” ในชื่อตรา ผลิตภัณฑ์ และอื่น ๆ</p> <p>1.4 ประสานเพื่อดำเนินงานภายใต้การส่งเสริมของ สมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย สภามวยไทยโลก และอื่น ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์</p> |
| 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) | <p>กำหนด Tour Package ด้านมวยไทย โดยใช้หลักการ ดังต่อไปนี้</p> <p>2.1 มีหลากหลายและครบวงจรทั้ง ฟឹค ชม ชกแข่งขัน</p> <p>2.2 ดำเนินการตามมาตรฐานมวยไทยที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือที่กลุ่มเสนอแนะ</p> |

ตารางที่ 4.6.2 (ต่อ)

| ขั้นตอนที่ | การดำเนินงาน |
|---------------------------------|---|
| | 2.1 รักษาจารีตของมวยไทยอย่างครบถ้วนและสมศักดิ์ศรี 2.2 สอนและฝึกโดยบุคลากรที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับ 2.5 ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย 2.6 ตั้งรางวัลล่อใจแก่นักมวยที่เข้าแข่งขันอย่างเหมาะสม 2.7 ดำเนินการจัดการแข่งขันตามแบบสากลและมีอาชีพ 2.8 รับรองความสำเร็จในการเข้าร่วมกิจกรรมโดยหน่วยงาน ที่เป็นที่ยอมรับ เช่น สภามวยไทยโลก สถาบันมวยไทยอันดามัน 1.9 ประสมประสานและนำเสนอกีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรม อื่น ๆ ควบคู่กับกับมวยอย่างเหมาะสมและลงตัว |
| 3. ราคา (Price) | ราคาต้องแตกต่างจากปกติ โดยใช้หลักการ ดังต่อไปนี้ 3.1 ตั้งราคาค่าชมและเรียนมวยไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน 3.2 ตั้งราคาขายสินค้าตามท้องตลาดและนักท่องเที่ยวทั่วไปรับรู้ 3.3 ตั้งราคาให้สอดคล้องกับฤดูกาลและนักท่องเที่ยวยอมรับได้ 3.4 ตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุน ความต้องการของลูกค้า และคู่แข่ง แข่งขันอย่างเหมาะสม 3.5 ตั้งราคาค่าชมและเรียนมวยไทยตามสภาวะเศรษฐกิจที่ เปลี่ยนไป |
| 4. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) | จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายใต้การบริหารจัดการของหน่วยงานกลาง ด้านการตลาด (Marketing Unit) แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ซึ่งเป็นส่วน หนึ่งของสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นจาก โครงการเฉพาะกิจดังกล่าวโดยใช้ช่องทางดังต่อไปนี้ 4.1 จำหน่ายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ 4.2 จำหน่ายผ่านสำนักงาน กทท. ในต่างประเทศ 4.3 จำหน่ายผ่านโรงแรมและบริษัททัวร์ 4.4 จำหน่ายผ่าน กทท. และ กกท. ในกลุ่มจังหวัดอันดามัน 4.5 จำหน่ายผ่าน ค่ายและเวทีมวยในต่างประเทศ |

ตารางที่ 4.6.2 (ต่อ)

| ขั้นตอนที่ | การดำเนินงาน |
|--|--|
| 5. การส่งเสริม การตลาด (Promotion) | <p>การส่งเสริมการตลาดจะต้องเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สามารถกระตุ้นและจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดพฤติกรรมตามที่คุณขายมุ่งหวังได้เป็นอย่างดี โดยใช้หลักการ ดังต่อไปนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 5.1 เสนอขายแบบรวมแพ็คเกจให้ดูดีกว่าการแยกซื้อที่ละรายการ 5.2 กำหนดราคาค่าบริการให้ต่ำกว่าปกติในลักษณะขาดทุนในกำไรเอาหน้าใจไว้ก่อน 5.3 ลดราคาเป็นพิเศษเมื่อลูกค้าสั่งจองล่วงหน้าหรือจ่ายเป็นเงินสด 5.4 จัดคูปองเพื่อซื้อเสนอพิเศษเช่นแลกบัตรชมมวยไทยชั้น “ริงไซด์” 5.5 จัดรอบมวยพิเศษสำหรับครอบครัวเสียค่าใช้จ่ายแบบ 2-3-4...อินวัน 5.6 สละหมางบัตรชมมวยไทยครบตามจำนวนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ เช่นการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ตามลำดับ 5.7 จัดการแสดงตลอดจนกิจกรรมอื่นเนื่องจากวัฒนธรรมและประเพณีไทยเสริมเป็นกรณีพิเศษ 5.8 จัดของขวัญหรือของชำร่วยสัญลักษณ์มวยไทยสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม 5.9 จัดหลักสูตรพิเศษเรียนมวยไทยควบคู่กับการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ 5.10 จัดบริการเสริมการนวดเพื่อฟื้นฟูสภาพด้วยสมุนไพรไทยโบราณและสปา 5.11 จัดคำปรึกษาพยาบาลสำหรับนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วยเป็นกรณีพิเศษ 5.12 จัดบริการเกี่ยวกับการขอและการต่ออายุวีซ่า (Visa) |

ตารางที่ 4.6.2 (ต่อ)

| ขั้นตอนที่ | การดำเนินงาน |
|------------------------------------|--|
| 6. ประชาสัมพันธ์ (Public Relation) | การติดต่อสื่อสารทางการตลาดที่ดีต้องสามารถส่งเสริมให้ลูกค้าเห็นคุณค่า เรียกชื่อเรียกหา และภักดีต่อผลิตภัณฑ์ โดยยึดหลัก ดังต่อไปนี้ |
| | 6.1 ประสานกับค่ายมวยไทยในต่างประเทศเพื่อจัดทำโครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยส่งครูมวยไปสอนและสร้างชื่อเสียงในนามของมูลนิธิ สมาคม และสถาบันมวยไทยอันดามันศึกษา |
| | 6.2 ส่งนักมวยในนามของมูลนิธิ สมาคม และสถาบันมวยไทยอันดามันศึกษาไปชกเพื่อสร้างชื่อเสียงในต่างประเทศ |
| | 6.3 สร้างภาพลักษณ์ของมวยไทยอันดามันอย่างจริงจัง ชัดเจน และต่อเนื่อง โดยการจัดทำโปสเตอร์ภาพการต่อสู้ที่ถูกต้องตามหลักการมวยไทย ไปติดตามสถานที่ซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เช่น สถานเอกอัครราชทูตไทย สถานกงสุลไทย สำนักงานการท่องเที่ยวในต่างประเทศ สนามบิน ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ และอื่น ๆ |
| | 6.4 กระตุ้นแรงจูงใจให้เกิดความสนใจใคร่รู้ด้วยการนำเสนอการสาธิตและการชกโชว์มวยไทยอันดามันที่สมบูรณ์แบบในงานเทศกาลที่จัดขึ้นในต่างประเทศ เช่น งานประเพณีสงกรานต์ งานประเพณีลอยกระทง ตลอดจนงานบุญอื่น ๆ ที่จัดขึ้นในวัดไทย |
| | 6.4 ประชาสัมพันธ์โดยทำโรดโชว์ (Road Show) ในประเทศกลุ่มเป้าหมายเพื่อจุดประกายให้เกิดการอยากรู้ อยากเห็น |
| | 6.5 นำเสนอสารคดีการแข่งขันชกมวยไทยคู่คัดสรรที่ดูเด็ด ควบคู่กับตรา “Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Stop Service” ตามสายการบินทั้งในและต่างประเทศ และสลับสับเปลี่ยนทุก 15 วัน เพื่อสร้างความคุ้นเคย ชิมชั๊บ อยากรู้ อยากเห็น |

ตารางที่ 4.6.2 (ต่อ)

| ขั้นตอนที่ | การดำเนินงาน |
|--|--|
| | <p>6.7 ประชาสัมพันธ์ผ่านองค์กรกลางด้านธุรกิจมวยไทยของอันดามัน อันได้แก่มูลนิธิมวยไทยอันดามัน สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว และสถาบันมวยไทยอันดามันศึกษา</p> <p>6.8 การประชาสัมพันธ์เพื่อติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) เป็นการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า โดยใช้สื่อแบบผสมประสานหลากหลายรูปแบบ เป็นไปในทางเดียวกัน ส่งเสริมซึ่งกันและกัน ที่สำคัญคือจะต้องสะท้อนภาพลักษณ์ของสินค้าและผู้ผลิตต่อตลาดเป้าหมายอย่างชัดเจน</p> |
| 7. ลูกค้าสัมพันธ์ (Customer relation service) | <p>เนื่องจากกีฬาซึ่งหมายรวมถึงมวยไทยด้วยเป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยแฟนคลับ (Fan Club) โดยเฉพาะอย่างยิ่งแฟนคลับที่เป็นกันทั้งครอบครัวจะสามารถคาดคะเนรายได้ที่พึงมีพึงเป็นได้อย่างค่อนข้างแม่นยำ ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของ Marketing Unit ที่จะต้องเสาะแสวงหาแฟนคลับซึ่งเป็นลูกค้าดังกล่าวและติดต่อสื่อสารกันตลอดเวลาในลักษณะของลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งอาจจะมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับมวยไทยที่เป็นประโยชน์ที่เรียกว่า “Up date” ตลอดเวลา ทั้งทางจดหมาย อินเทอร์เน็ตออนไลน์และอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องตอบคำถามของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ ที่เราพูดกันติดปากว่า “Frequence Raised Questions” อันได้แก่ความปลอดภัย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ร่วมกิจกรรม อากาศร้อนและการฝึก การเจ็บป่วยที่คาดว่าจะเกิดขึ้น การเตรียมตัวและเตรียมร่างกายก่อนการฝึกซ้อม ศัพท์เทคนิคภาษาไทยที่จำเป็นขณะฝึกซ้อมและแข่งขัน ระยะเวลาในการฝึกซ้อม สถานที่ฝึกและการเข้าร่วมกิจกรรม ช่องทางในการการส่งจองกิจกรรม ค่าใช้จ่ายที่ใช้ขณะเข้าร่วมกิจกรรม สถานที่ชกแข่งขันตลอดจนเงินรางวัลที่จะได้รับ เหล่านี้เป็นต้น</p> |
| 8. การประกันคุณภาพการดำเนินธุรกิจ (Business Quality Assurance) | <p>ให้สมาคมมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามันร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทย และสำนักงานการท่องเที่ยวประจำจังหวัด แต่งตั้งคณะกรรมการติดตามผลกำกับดูแลมาตรฐาน</p> |

ตารางที่ 4.6.2 (ต่อ)

| ขั้นตอนที่ | การดำเนินงาน |
|------------|--|
| | การดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวทั้งค่ายมวย เวทีมวย และการนำเที่ยวด้านมวยไทย ทั้งในแง่ของการบริหารจัดการ ผลิตภัณฑ์ ราคา และอื่น ๆ และการประเมินติดตามผลจะเป็นไปทั้งในรูปของการประเมินเอกสารและการประเมินตามสภาพจริง ซึ่งทางคณะกรรมการจะได้กำหนดกรอบและรูปแบบของการนำเสนออีกครั้งหนึ่ง |

จากตารางที่ 4.6.2 แสดงว่า ต้องสร้างและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์(Brand name) โดยการเชื่อมโยงความนิยมและความเชื่อมั่นของโครงการโดยใช้ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทย “Amazing Thailand 1998-1999” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งของตราผลิตภัณฑ์ และเชิดชู “Amdaman” ให้ปรากฏในชื่อตราและผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบไปด้วย Tour Package รูปแบบต่าง ๆ ตลอดจนใช้คำหรือกลุ่มคำที่บ่งบอกถึงความพิเศษของโครงการสำหรับ “Green Season” ในชื่อตราผลิตภัณฑ์และอื่น ๆ ที่สำคัญคือต้องประสานเพื่อดำเนินงานภายใต้การส่งเสริมของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย สภามวยไทยโลก และอื่น ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ต้องกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Product) โดยเน้น ความหลากหลาย มีมาตรฐานตามที่กำหนด รักษาจารีตและประเพณี ปฏิบัติการโดยบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นมืออาชีพ สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย ตั้งรางวัลล่อใจผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างเหมาะสม ตลอดจนประสานและนำเสนอกีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมอื่น ๆ ควบคู่กับมวยไทยอย่างเหมาะสมและลงตัว และที่จะขาดเสียไม่ได้ก็คือจะต้องกำหนดส่วนประสมทางการตลาดที่เป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติ

เพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 6 เกี่ยวกับแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมการเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลพื้นที่อันดามันสามารถสรุปได้ว่า 3 จังหวัดต้องทำงานร่วมกันเป็นเครือข่ายภายใต้โครงการเฉพาะกิจและมีการทำข้อตกลงความร่วมมือระหว่างกัน (MOU) โดยมีจุดมุ่งหมายสูงสุดคือผลักดันโครงการดังกล่าวเข้าสู่แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดอันดามัน พ.ศ. 2555-2558 และเพื่อให้เกิดการประสานงานที่ดีต้องจัดตั้งสมาคมและมูลนิธิผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามันเป็นศูนย์กลางของการดำเนินงาน นอกจากนี้จะต้องจัดตั้งหน่วยงานกลางทางการตลาดแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Marketing Unite) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสมาคมเป็นผู้ดูแลด้านการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งทำหน้าที่พัฒนาตราผลิตภัณฑ์หลัก “Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Price” และตราผลิตภัณฑ์รองสำหรับประชาสัมพันธ์รายการทัวร์ที่ 8 “Andaman Ironman Super Fight XL” (A-I XL) ให้นักท่องเที่ยวรู้จักและยอมรับ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลอันดามัน ซึ่งประกอบไปด้วยการสัมมนากลุ่มย่อย (Focus group) ทั้งนี้เพื่อให้ได้แนวคิดพื้นฐานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัย การศึกษาปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในอันดามันจากผู้ประกอบการ จำนวน 174 คน การศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยในอันดามัน 44 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านกีฬามวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง สำหรับกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique) จำนวน 25 คน การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยในอันดามัน 397 คน และการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 4 สัญชาติคือ สัญชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส รวม 176 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบด้วยแบบประเมินและแบบสอบถาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แบบสอบถามปลายเปิดสำหรับประเมินภูมิหลังของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน ซึ่งเป็นเอกสารส่วนหนึ่งที่ใช้ประกอบการสัมมนากลุ่มย่อย
2. แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าตามวิธีการของลิเคอร์ท สำหรับประเมินปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน
3. แบบประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) สำหรับการทำให้ SWOT Analysis ซึ่งประกอบด้วยเทคนิค Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix เทคนิค External Factor Evaluation (EFE) Matrix และเทคนิค Competitive Profile Matrix (CPM)
4. แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าสำหรับประเมินนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูกาลท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันโดยใช้กระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique)
5. แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าสำหรับศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรม เส้นทาง การนำเที่ยว และอื่น ๆ ตามนวัตกรรมที่สร้างขึ้น

6. แบบสอบถามแบบตรวจคำตอบ (Check list) สำหรับศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 4 สัญชาติ

7. แบบบันทึกประกอบการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อสรุปรูปแบบของนวัตกรรม แนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล ตลอดจนบันทึกการสนทนาอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรม ปฏิบัติได้จริง และสามารถนำไปใช้ได้อย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าร้อยละ (Percentage Distribution) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) หาค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) และการทดสอบ ไค-สแควร์ (Pearson Chi square test) นอกจากนี้ยังได้ใช้เทคนิค IFE EFE และ CPM ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอีกด้วย สำหรับการวิจัยครั้งนี้กำหนดระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

สำหรับบทนี้ผู้วิจัยได้กำหนดหัวข้อในการศึกษาดังต่อไปนี้

5.1 การสรุปผลการวิจัยซึ่งได้สรุปประเด็นในการศึกษาเป็น 6 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1. ภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน
2. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน
3. ประเมินนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน โดยใช้กระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique)
4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรม เส้นทางพานำเที่ยว และอื่น ๆ ตามนวัตกรรมที่สร้างขึ้น
5. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 4 สัญชาติ
6. แนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในช่วงที่มีการท่องเที่ยววันหยุด
2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการยกระดับและพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายการทำงานระดับท้องถิ่นเพื่อให้สามารถรองรับการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในช่วงที่มีการท่องเที่ยววันหยุด
3. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาขีดความสามารถด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยววันหยุด
4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป
5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในวงการธุรกิจและการศึกษา

5.1 สรุปผลการวิจัย

1. ภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

1.1 ภูมิหลังของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

จากการศึกษาพบว่า มวยไทยในอันดามันเป็นที่รู้จักมักคุ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมานาน โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมาก่อนจังหวัดพังงาและกระบี่ อย่างไรก็ตามปัจจุบันมวยไทยก็ยังคงมีเสน่ห์และเป็นที่ต้องการของชาวต่างชาติ ถึงแม้เป้าหมายการเข้าร่วมกิจกรรมบางประการจะเปลี่ยนแปลงไป คือจากชื่นชมในฐานะที่มวยไทยเป็นมรดกและศิลปะการต่อสู้ของไทยไปเป็นการค้าในเชิงธุรกิจก็ตาม ดังนั้นพอจะกล่าวในภาพรวมได้ว่าคนในพื้นที่อันดามันยังทำมาหากินกับมวยไทยตลอดจนศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวพื้นบ้านและศิลปะการแสดงอื่น ๆ เช่นการไหว้ครูมวยไทย อาวุธและแม่ไม้มวยไทย กระบี่กระบอง และการควงกระบองไฟหรือโซ่ไฟได้ไปอีกนาน แต่ทั้งนี้ต้องปรับยุทธศาสตร์การนำเสนอที่เหมาะสมและเข้ากับยุคสมัยเป็นที่ต้องตาต้องใจนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่วนเรื่องการจัดจำหน่ายจะอาศัยแคตตาล็อกทัวร์และประชาสัมพันธ์โดยผ่านเว็บไซต์ ซึ่งผู้วิจัยจะได้ศึกษาตามลำดับต่อไป

1.2 ปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

1 ด้านเวทีมวย

พื้นที่อันดามันประสบปัญหาการค้าเงินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนกีฬา
 พื้นบ้านและศิลปะการแสดงที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านเวทีมวย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม
 ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าเวทีมวยในพื้นที่อันดามันมีปัญหาเกี่ยวกับ คู่แข่งทางธุรกิจมี
 จำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันมีการจัดเวทีเล็กชกโชว์ในบาร์ ค่าเช่าที่ดินและอุปกรณ์
 สิ่งก่อสร้างราคาแพง และบุคลากรขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่จำเป็น ในระดับมาก
 ที่สุด ขณะที่ปัญหาเกี่ยวกับกรรมการขาดอิสระในการตัดสินในระดับปานกลาง

2. ด้านค่ายมวย

พื้นที่อันดามันประสบปัญหาการค้าเงินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนกีฬา
 พื้นบ้านและศิลปะการแสดงที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านค่ายมวย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม
 ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าค่ายมวยในอันดามันมีปัญหาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวไม่
 สามารถเรียนจนจบหลักสูตรที่กำหนดได้เนื่องจากข้อจำกัดของอายุวิชา และชาวต่างชาติเข้ามา
 เป็นคู่แข่งชั้นทางธุรกิจด้านค่ายมวยไทยจำนวนมากขึ้น

3. ด้านสถานประกอบการท่องเที่ยว

พื้นที่อันดามันประสบปัญหาการค้าเงินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวตลอดจนกีฬา
 พื้นบ้านและศิลปะการแสดงที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านสถานประกอบการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับ
 มาก อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าสถานประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามันมี
 ปัญหาเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ขาดเรื่องเล่าสำหรับบรรยายประกอบกรนำเที่ยวและการกำหนด
 ราคาในการเข้าร่วมกิจกรรมด้านมวยไทยไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

4. ปัญหาเพิ่มเติมจากแบบสอบถามปลายเปิด

พื้นที่อันดามันมีปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่ควร
 แก่การนำเสนอนอกเหนือจากที่กล่าวมาข้างต้นคือ การขอวีซ่าของนักท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้มวย
 ไทยตามหลักสูตร ขั้นตอนการขออนุญาตจัดการแข่งขันมวยไทยที่ยุ่งยากซับซ้อน การตัดราคา
 สินค้าและแย่งลูกค้า การลงทุนสูงด้านประชาสัมพันธ์ อุปกรณ์ด้านภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร และ
 นักท่องเที่ยวไม่เข้าใจวัฒนธรรมการแข่งขันมวยไทยและการเล่นพนันซึ่งบางครั้งเป็นเหตุของการ
 ทะเลาะวิวาท

2. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

2.1 สภาพแวดล้อมภายในของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและ
 ศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

1. การบริหารจัดการธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามันมีศักยภาพในการแข่งขันที่เข้มแข็งพอประมาณ สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ในระดับหนึ่ง

2. ผลិតภัณฑ์และการตลาดด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามันมีศักยภาพในการแข่งขันที่เข้มแข็งมาก สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้เป็นอย่างดี

3. บุคลากรของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามันมีศักยภาพในการแข่งขันที่เข้มแข็งมาก สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้เป็นอย่างดี

4. ต้นทุนและทรัพยากรทางการเงินของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามัน มีศักยภาพในการแข่งขันที่เข้มแข็งพอประมาณ สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ในระดับหนึ่ง

2.2 สภาพแวดล้อมภายนอกของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

1. ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมของอันดามันสามารถตอบสนองการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคได้ดีมาก

2. โครงสร้างพื้นฐานของอันดามันสามารถตอบสนองการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคได้ดีพอประมาณ

3. สังคมและวัฒนธรรมของอันดามันสามารถตอบสนองการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคได้ดีมาก

4. ทำเลที่ตั้งของสถานประกอบการด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของอันดามันสามารถตอบสนองการดำเนินธุรกิจดังกล่าวทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคได้ดีมาก

3.3 สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องระหว่างพื้นที่อันดามัน กับพื้นที่และภูมิภาคใกล้เคียงอื่น ๆ

จากการศึกษาพบว่า พื้นที่อันดามันมีตำแหน่งทางการแข่งขันที่ดีที่สุด รองลงมาคือ เกาะสมุย และตำบลพนมตามลำดับ ในส่วนของตำบลพนมถึงแม้จะมีคะแนนถ่วงน้ำหนักน้อยที่สุด แต่ก็อยู่ในตำแหน่งทางการแข่งขันที่พอจะยอมรับได้

3. **ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการกำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง**

อื่นๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน จากกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique)

3.1 ด้านเส้นทางการนำเที่ยวมวยไทยในอันดามัน

โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันให้กำหนดเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และ กระบี่ ตามลำดับความสำคัญดังต่อไปนี้

จังหวัดภูเก็ต จำนวน 4 เส้นทาง ได้แก่

1. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลป่าตอง อำเภอกะทู้ จังหวัดภูเก็ต
2. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลราไวย์ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะบริเวณถนนไสยวง และถนนปฎัก
3. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลฉลอง อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะบริเวณซอยตาเอียด และถนนเจ้าฟ้า
4. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเชิงทะเล และ ตำบลเทพกระษัตรี อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต

จังหวัดพังงา จำนวน 5 เส้นทาง ได้แก่

1. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลพรุไฉ ตำบลเกาะยาวใหญ่ และตำบลเกาะยาวน้อย อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา
2. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลบางม่วง และตำบลบางเนียง อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา
3. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลหล่อยุ้ง ตำบลโคกกลอย และตำบลคลองเคียน อำเภอตะกั่วทุ่ง จังหวัดพังงา
4. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลเกาะปันหยี อำเภอเมือง จังหวัดพังงา
5. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลบางทอง อำเภอท้ายเหมือง จังหวัดพังงา

จังหวัดกระบี่ จำนวน 6 เส้นทาง ได้แก่

1. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
2. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองยาง ตำบลเกาะกลาง ตำบลเกาะลันตาใหญ่ และตำบลศาลาด่าน โดยเฉพาะบริเวณหมู่บ้านคลองดาว อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่
3. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลปลายพระยา อำเภอปลายพระยา จังหวัดกระบี่
4. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลห้วยน้ำขาว ตำบลคลองท่อม ตำบลคลองท่อมใต้ และตำบลคลองพน อำเภอคลองท่อม จังหวัดกระบี่

5. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลกระปี่น้อย และ ตำบลกระปี่ใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

6. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลอ่าวลึก ตำบลอ่าวลึกน้อย ตำบลอ่าวลึกเหนือ ตำบลคลองหิน และตำบลเขาใหญ่ อำเภออ่าวลึก จังหวัดกระบี่

อย่างไรก็ตามจากการประชุมกลุ่มย่อยผู้ประกอบการธุรกิจด้านมวยไทยซึ่งอยู่ในพื้นที่ได้ เสนอแนะว่า ในระยะเริ่มต้นของการศึกษาควรเลือกเส้นทางที่โดดเด่นและนักท่องเที่ยวรู้จักคุ้นเคย ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้จึงเลือกศึกษา 5 เส้นทางคือ เส้นทางสายป่าตอง หนอง และราไวย์จังหวัดภูเก็ต เส้นทางอ่าวนางและเกาะลันตาใหญ่จังหวัดกระบี่ ซึ่งสอดคล้องกับความคิดผู้เชี่ยวชาญจาก กระบวนการเดลฟายเทคนิค

3.2 ด้านกิจกรรมมวยไทยที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว

โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่ากิจกรรมมวยไทยที่ควรแก่ การนำเสนอให้นักท่องเที่ยวได้แก่ จัดแข่งขันชิงแชมป์มวยไทยในระดับนานาชาติ สอนหญิงชาวต่างชาติ ให้มีทักษะมวยไทยขั้นพื้นฐาน 3-5 สอนแม่ไม้มวยไทยเพื่อใช้กับ K1 และ Ultimate Fighting จัดการแข่งขันชมมวยไทยระหว่างชาวต่างชาติกับคนไทย จัดนำเที่ยวด้านมวยไทยตาม เส้นทางที่ถูกคัดเลือก 1 วัน สอนชายชาวต่างชาติให้มีทักษะมวยไทยขั้นพื้นฐาน 3-5 วัน สอนเด็ก ชาวต่างชาติให้มีทักษะมวยไทยขั้นพื้นฐาน 3-5 วัน จัดการแข่งขันชมมวยไทยระหว่างชาวต่างชาติ ด้วยกัน สอนมวยไทยแอโรบิคและศิลปะมวยไทยให้กับนักท่องเที่ยว สอนศิลปะการไหว้ครูมวยไทย ให้กับนักท่องเที่ยวผู้สนใจ จัดการแข่งขันกีฬามวยไทยระหว่างคนไทยด้วยกัน สอนเทคนิคขั้นสูง ให้เป็นนักกีฬามวยไทยอาชีพ 3-6 เดือน สอนเทคนิคการเป็นผู้ฝึกสอนกีฬามวยไทย 3-6 เดือน สอนเทคนิคการเป็นกรรมการตัดสินกีฬามวยไทย 3-6 เดือนตามลำดับ

3.3 ด้านศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำมาบูรณาการและนำเสนอควบคู่กับมวยไทย เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่าศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำมา บูรณาการ และนำเสนอควบคู่กับมวยไทย เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่แสดง ศิลปวัฒนธรรมก่อนการชกเพื่อเรียกน้ำย่อย อาวุธและแม่ไม้มวยไทย โนราห์ ควงพลองไฟ ห่วงไฟ และเชือกไฟ กระบี่กระบอง เริงระบำรองเง็ง หนังตะลุง และการแสดงลิเกป่าตามลำดับ

3.4 ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเสริมธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่ากิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเสริมธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ การขอและต่อวีซ่า ที่พัก การประกันชีวิต และทรัพย์สิน การนำเที่ยวเพื่อพักผ่อนยามเย็นว่าจากการฝึกซ้อม เครื่องดื่มและอาหารไทย

ชุดฝึกและชุดแข่งขัน ประกาศนียบัตร ที่ระลึกสัญลักษณ์มวยไทย ภาพถ่าย การจองตั๋วเดินทาง ภาพถ่าย และเอกสารประกอบการฝึกฉบับภาษาต่างประเทศตามลำดับ

3.5 ด้านเรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทยที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว

โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่าเรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทยที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ 'ไม้ตาย' ในกีฬามวยไทยสำหรับพิธีต่อสู้ให้อยู่หมัด กระบวนยุทธ์ และการออกอาวุธในกีฬามวยไทย การไหว้ครูเพื่อแสดงความกตัญญูก่อนการแข่งขันมวยไทย การทำให้คู่ต่อสู้ถูกนับ 10 คือชัยชนะเด็ดขาดในกีฬามวยไทย และมวยไทยเป็นศิลปะแบบดั้งเดิมที่ต้องฝึกด้วยความอดทน ตามลำดับ

3.6 การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่าจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ควรดำเนินการคือการจัดตั้งสมาคมและมูลนิธิมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน จัดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ส่งเสริมให้มีการสร้างอาชีพและรายได้แก่ชุมชนอย่างทั่วถึง สร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกับหน่วยงานในชุมชน สร้างเครือข่ายด้านการตลาดกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศ ส่งเสริมให้จังหวัดในพื้นที่อันดามันใช้ทรัพยากรร่วมกัน เปิดโอกาสให้องค์กรส่วนท้องถิ่นมีส่วนในการบริหารจัดการ สร้างเครือข่ายการทำงานกับค่ายและเวทีมวยไทยในต่างประเทศ และจัดให้มีหน่วยงานกลางบริหารด้านการตลาดแบบเบ็ดเสร็จตามลำดับ

3.7 การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์

โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่า การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ควรดำเนินการได้แก่ จัดตั้งกองทุนพัฒนามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน ส่งเสริมให้นักมวยชกอย่างสมัครใจและเป็นທີ່ประทับใจ พัฒนาตราผลิตภัณฑ์ "ศีกยอดคนเหล็กอันดามัน" ให้แข็งแกร่ง จัดกิจกรรมการเรียนการสอนมวยไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน กำหนดมาตรฐานมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน จัดทำทะเบียนผู้ประกอบการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ จัดโปรแกรม ชม ฝึก และชกมวยไทยครบวงจรและสมบูรณ์แบบออกกระเป๋ายี่สิบด้วยคุณสมบัติบุคลากรมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว และจัดหาครูอดีตนักมวยที่ชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมาเป็นผู้ฝึกสอน ตามลำดับ

3.8 การส่งเสริมการขาย

โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่า การส่งเสริมการขาย ที่ควรดำเนินการได้แก่ เสนอขายแบบรวมแพ็คเกจให้ถูกกว่าการแยกซื้อที่ละรายการ จัดคำรักษาพยาบาลสำหรับนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วยเป็นกรณีพิเศษ กำหนดราคาค่าบริการให้ต่ำกว่าปกติเนื่องในเทศกาลต่าง ๆ ลดราคาเป็นพิเศษเมื่อลูกค้าสั่งจองล่วงหน้าและจ่ายเป็นเงินสด จัดคูปองเพื่อ

ข้อเสนอพิเศษ เช่น แลกบัตรชมมวยไทยชั้น “ริงไซด์” จัดของขวัญหรือของชำร่วยสัญลักษณ์มวยไทย สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ลดราคาค่าบริการเป็นกรณีพิเศษทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการขาย จัดรอบมวย พิเศษสำหรับครอบครัวเสียค่าใช้จ่ายแบบ 2-3-4...วัน จัดนิทรรศการกีฬามวยไทยเพื่อสร้างความ นิยมในหมู่นักท่องเที่ยว จัดหลักสูตรพิเศษเรียนมวยไทยควบคู่กับการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ สนอง เสริมการนัดเพื่อฟื้นฟูสภาพและใช้สมุนไพรไทยโบราณ และสะสมทางบัตรชมมวยไทยครบตาม จำนวนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ตามลำดับ

3.9 การกำหนดราคา

โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่า การกำหนดราคา ที่ควรแก่ การดำเนินการได้แก่ ตั้งราคาเข้าชมและเรียนมวยไทยให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตั้งราคาขายสินค้า และบริการตามท้องตลาดและนักท่องเที่ยวทั่วไปรับรู้ ตั้งราคาให้สอดคล้องกับฤดูกาลและ นักท่องเที่ยวยอมรับได้ ตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุน ความต้องการของลูกค้า และคู่แข่งกันอย่าง เหมาะสม แบ่งแยกราคาสินค้าให้เลือกหลากหลาย และตั้งราคาเข้าชมและเรียนมวยไทยตามสภาวะ เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ตามลำดับ

3.10 ช่องทางการจัดจำหน่าย

โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่า การกำหนดราคา ที่ควรแก่การ ดำเนินการได้แก่ ขายบัตรเข้าชมและเรียนมวยไทยโดยผ่าน เครือข่ายอินเทอร์เน็ตภายใต้การ ประสานงานของหน่วยงานกลางด้านการตลาดแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Marketing Unit) ผ่านสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งในและต่างประเทศในต่างประเทศ ผ่านโรงแรม และบริษัททัวร์ ผ่านค่ายและเวทีมวยในต่างประเทศ ขายโดยตรงที่ค่ายและเวทีมวย และขายโดย ผ่านสมาคม ชมรม และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามลำดับ

3.11 การประชาสัมพันธ์

โดยภาพรวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกัน ว่าการประชาสัมพันธ์ ที่ควรแก่ การดำเนินการได้แก่ ประชาสัมพันธ์โดยส่งครูมวยไปสอนและสร้างชื่อเสียงในต่างประเทศ ส่งนักมวย ที่มีชื่อเสียงไปชกในต่างประเทศ เน้นการสร้างภาพลักษณ์ของมวยไทยอันดามัน ประชาสัมพันธ์ โดยทำโรดโชว์ (Road Show) ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย ให้ลูกค้ารับรู้และคุ้นเคยตรา “อันดามันคิกบ็อกซ มวยไทย” กระตุ้นให้ทดลองและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย ผ่านสำนักงาน กทท. ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวผ่านสื่อสารมวลชน ประชาสัมพันธ์โดยใช้ป้ายโฆษณาตามจุดที่มีโอกาส และน่าสนใจ อินเทอร์เน็ตภายใต้เว็บไซต์ “Muay Thai Andaman” ผ่านองค์กรกลางด้านธุรกิจ มวยไทยของอันดามัน ใช้สื่อบูรณาการตามโอกาสอย่างเหมาะสมตามลำดับ

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน จากการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม

4.1 นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามและเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ เพื่อแข่งขันมวยคว้น เพื่อการต่อสู้แบบไร้ขีดจำกัด และเพื่อประกอบอาชีพด้านมวยไทย ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวดังกล่าวส่วนใหญ่มีประสบการณ์ด้านมวยไทย ระหว่าง 1 - 5 ปี เป็นสัญชาติ ออสเตรเลีย เยอรมัน ฝรั่งเศส สวีเดนและประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวียอื่น ๆ และเป็นที่น่าสนใจว่าการศึกษาคั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากจังหวัดภูเก็ตมากที่สุด รองลงมาคือจังหวัดกระบี่ และจังหวัดพังงา ตามลำดับ

4.2 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อเวทีมวย ในภาพรวมระดับมาก อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกิจกรรมไหว้ครูมวยไทย ความสามารถและชื่อชั้นของนักมวย รูปร่างของนักมวย สมรรถภาพทางกายของนักมวย จำนวนยกและเวลาที่ใช้ และเครื่องดนตรีบรรเลงในระดับมากที่สุด ขณะที่พึงพอใจการสื่อสารของบุคลากรและการพากย์บนเวที ในระดับน้อย

4.3 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อค่ายมวย ในภาพรวมระดับมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจหลักสูตรและกิจกรรมการฝึกความสามารถด้านมวยไทยของผู้สอน ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ของผู้สอน วิธีสอนและวิธีฝึกซ้อม และขนาดของกลุ่มเรียน ในระดับมากที่สุดตามลำดับ ขณะที่พึงพอใจทำเลที่ตั้ง สิ่งอำนวยความสะดวกและความสามารถใช้ภาษาอังกฤษของผู้ฝึกสอน ในระดับปานกลางและน้อยเท่านั้น

4.4 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อเส้นทางท่องเที่ยว ในภาพรวมระดับมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเส้นทางท่องเที่ยวสายป่าตองภูเก็ต ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือเส้นทางท่องเที่ยวสายราไวย์ภูเก็ต เส้นทางท่องเที่ยวสายฉลองภูเก็ต เส้นทางท่องเที่ยวสายอ่าวนางและเส้นทางท่องเที่ยวสายเกาะตันตาใหญ่กระบี่ในระดับมากตามลำดับ

4.5 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการนำเที่ยวในภาพรวมระดับมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเรียนรู้และฝึกเพื่อเป็นนักมวยไทยอาชีพ 3 - 6 เดือน มากที่สุด รองลงมาคือ เรียนรู้และฝึกอาวุธมวยไทยเพื่อใช้กับ

Ultimate Fighting เรียนรู้และฝึกมวย k 1 ชมการแข่งขันมวยไทยชิงแชมป์ระดับสากล และท่องเที่ยวตามเส้นทางแบบ One day Tour ในระดับมาก ตามลำดับ

4.6 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทยในภาพรวมระดับมาก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการควงพลองไฟ ห่วงไฟ และเชือกไฟ ไขว้ครุ อาวุธ และแม่ไม้มวยไทย ในระดับมากที่สุด ขณะที่มีความพึงพอใจศิลปะการต่อสู้กระบี่กระบอง ชมพิพิธภัณฑสถานมวยไทย และปีกลองมวยไทย ในระดับมาก ตามลำดับ.

4.7 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน จำแนกตามเชื้อชาติ คือตะวันตกกับเอเชียในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวดังกล่าวมีความพึงพอใจด้านเวทีมวยและค่ายมวยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน ส่วนด้านเส้นทางท่องเที่ยว โปรแกรมการนำเที่ยว และศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทยไม่แตกต่างกัน

4.8 นักท่องเที่ยวได้แสดงข้อคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งเป็นสาระสำคัญที่ควรนำเสนอคือ ประสงค์ให้อันดามันโดยเฉพาะภูเก็ตเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแบบครบวงจรของเอเชีย จัดการเรียนการสอนมวยไทยเพื่อการประกอบธุรกิจด้านค่ายมวยและเวทีมวย นำมวยไทยมาเป็นกิจกรรมการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ จัดทำหลักสูตรระยะสั้นด้านอาวุธมวยไทยเพื่อนำไปใช้กับการต่อสู้แบบอัลติเมทไฟท์ติ้ง หรือฟรีไฟท์ จัดสอนหลักสูตรมวยเควัน (k-1) ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับ จัดการแข่งขันมวยไทย และมวยไทยประยุกต์อื่น ๆ ที่แปลกใหม่และจูงใจนักท่องเที่ยวนานาชาติอย่างมีคุณภาพและน่าประทับใจเป็นประจำทุกปี จัดค่ายมวยให้มับรยากาศในการเรียนรู้แบบไทยดั้งเดิม รับประทานอาหารไทย ท่องเที่ยวแบบไทย และอยู่อย่างไทย จัดหาพื้นที่ซึ่งอาจจะเป็นเกาะใดเกาะหนึ่งเพื่อจัดเป็นเมืองมวยไทย (Land of Muaythai) ศูนย์กลางแห่งศิลปะการป้องกันตัวของโลก (Martial Art Destination) จัดหานักมวยไทยอดีตแชมป์ของสมาคมมวยไทยโลก และอื่น ๆ มาเป็นผู้ฝึกสอน และจัดหาบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ

5. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้

5.1 นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่สนใจด้านกีฬามวยไทย และเข้ามาสู่พื้นที่อันดามัน ในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ รองลงมาคือ เพื่อการท่องเที่ยวแบบไร้ขีดจำกัด (Ultimate Fighting) แข่งขันมวยเควัน (k 1) และเพื่อชมและแข่งขันชมมวยไทยตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวดังกล่าวส่วนใหญ่มีประสบการณ์ด้านมวยไทยระหว่าง 1-5 ปีส่วนใหญ่เป็นสัญชาติออสเตรเลีย รองลงมาคือสัญชาติสแกนดิเนเวีย คิส์ัญชาติเยอรมัน และสัญชาติฝรั่งเศส ตามลำดับ

5.2 ผลลัพธ์ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวระดับหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวผลลัพธ์ซึ่งประกอบไปด้วยแพ็คเกจทัวร์ทั้ง 8 โปรแกรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ทุกรายการ ทั้งที่เปรียบเทียบกับปัจจัยด้านการตลาดด้วยกันและภาพรวม รองลงมาคือราคา และการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ แต่เมื่อพิจารณาในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจราคาและการส่งเสริมการตลาดของแพ็คเกจทัวร์เป็นอันดับ 2 และอันดับ 3 อย่างละ 4 โปรแกรมเท่ากัน

5.3 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเฉพาะตัวผลลัพธ์ เป็นที่น่าสังเกตว่าสัญชาติสแกนดิเนเวียมีบทบาทสำคัญในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 ถึง 3 แพ็คเกจทัวร์ รองลงมาคือสัญชาติออสเตรเลีย และเยอรมัน เลือกใช้ผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 สัญชาติละ 2 แพ็คเกจทัวร์เท่ากัน ส่วนสัญชาติฝรั่งเศส เลือกใช้ผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 เพียง 1 แพ็คเกจทัวร์เท่านั้น

นอกจากนี้ยังพบว่ารูปลักษณ์ของผลลัพธ์ ดูเหมือนว่ามีแนวโน้มจะสัมพันธ์กับ

สัญชาตินักท่องเที่ยว กล่าวคือ แพ็คเกจทัวร์ ที่ 1 กับ 2 ซึ่งเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบสบาย ๆ เรียนรู้เชิงมวยไทยเล็กน้อย ได้รับการเลือกเป็นอันดับ 1 จากนักท่องเที่ยวสัญชาติออสเตรเลีย

และแพ็คเกจทัวร์ที่ 3 ซึ่งก็เป็นแบบสบายเช่นกันไม่มีการเรียนรู้เชิงมวย แต่จะเน้นเรื่องการชม เขียวและดื่ม ภาคกลางคืน ได้รับการเลือกเป็นอันดับ 1 จากนักท่องเที่ยวสัญชาติฝรั่งเศส ขณะที่แพ็คเกจทัวร์ที่ 4 ที่ 7 และที่ 8 ซึ่งเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงการต่อสู้และแข่งขัน ได้รับการเลือกเป็นอันดับ 1 จากนักท่องเที่ยวสัญชาติสแกนดิเนเวีย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แพ็คเกจทัวร์ที่ 8 “Andaman Ironman Supper Fight XL (A-I XL)” ซึ่งเป็นการชกแข่งขันมวยไทยรุ่นใหญ่แบบทรหดและเข้มข้น คือผู้ชนะต้องชก 4 รอบ รอบละ 3 ครั้ง 4 อาทิตย์ติดกัน ชกวันเว้นวัน รวมทั้งสิ้น 12 ครั้ง ได้รับความสนใจมากกว่าอีก 2 แพ็คเกจทัวร์ที่เหลืออย่างชัดเจน และที่สำคัญคือได้รับความพึงพอใจสูงสุดในบรรดาแพ็คเกจทัวร์ด้วยกัน ส่วนแพ็คเกจทัวร์ที่ 5 และ 6 ซึ่งเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ด้านมวยไทยอย่างแท้จริง ได้รับการเลือกเป็นอันดับ 1 จากนักท่องเที่ยวสัญชาติเยอรมัน

ประการสุดท้ายที่เป็นที่น่าสังเกตก็คือ เมื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างสัญญาต่อนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ และราคาของแพ็คเกจทัวร์ พบว่ามีอยู่ถึง 5 จาก 8 แพ็คเกจที่นักท่องเที่ยวสัญชาติเดียวกันพึงพอใจทั้งผลิตภัณฑ์และราคาคือเลือกผลิตภัณฑ์เป็นอันดับ 1 และราคาเป็นอันดับ 2 คือแพ็คเกจทัวร์ที่ 1 โดยสัญชาติออสเตรเลีย แพ็คเกจทัวร์ที่ 5 กับ 6 โดยสัญชาติเยอรมัน และแพ็คเกจทัวร์ที่ 7 กับ 8 โดยสัญชาติสแกนดิเนเวีย ส่วนที่สอดคล้องกันทั้งผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาดไม่มี

6. แนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันตามันจากการทำประชาพิจารณ์

6.1 แนวทางการยกระดับมวยไทย สู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันตามัน ด้านการบริหารจัดการ

1. จุดประกายความคิดเกี่ยวกับ มูลนิธิมวยไทยอันตามัน สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทย เพื่อการท่องเที่ยวอันตามัน สถาบันมวยไทยอันตามันและอื่น ๆ โดยสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ เป็นเจ้าภาพในการเชิญการกีฬาแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเช่นเดียวกัน ร่วมปรึกษาหารือเกี่ยวกับการดำเนินโครงการเฉพาะกิจเพื่อยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันตามัน

2. เข้าพบผู้ว่าราชการจังหวัด ภูเก็ต พังงา และกระบี่ เพื่อขอความคิดเห็นและปรึกษาหารือเกี่ยวกับความเป็นไปได้ และแนวทางการปฏิบัติ และขอความอนุเคราะห์ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ตในฐานะที่เป็นเจ้าของพื้นที่เมืองท่องเที่ยว อันดับ 1 ในภูมิภาค เป็นเจ้าภาพและประธานในการดำเนินโครงการเฉพาะกิจดังกล่าวในระยะเริ่มต้น

3. สำนักงานจังหวัดภูเก็ตเชิญประชุมผู้บริหารระดับจังหวัดกลุ่มอันตามันทุกภาคส่วน ร่วมหารือและขอให้นำโครงการดังกล่าวเข้าวาระประชุมจังหวัด กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับจังหวัด และกลุ่มจังหวัดอันตามัน โดยมีการทำ MOU ระหว่างกัน

4. กลุ่มจังหวัดอันตามันนำโครงการเข้าที่ประชุมจังหวัดจังหวัดของตน เพื่อตกลงทำความเข้าใจกับผู้เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนคณะกรรมการที่ปรึกษาจังหวัดด้านต่าง ๆ นอกจากนี้ขอให้การกีฬาแห่งประเทศไทยประจำจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด และอื่น ๆ เชิญ ค่ายมวย เวทีมวย บริษัทนำเที่ยว สถานที่พักโรงแรม องค์การบริหารส่วนตำบล และอื่น ๆ แล้วแต่กรณี เข้าร่วมรับฟังและปรึกษาพิจารณ์ ซึ่งจะเป็นการประชาสัมพันธ์โครงการในระยะเริ่มต้นอีกด้วย

5. ให้ค้ายมวยทุกค่าย เวทีมวยทุกเวที และบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยทุกบริษัท เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามันเพื่อให้มีสิทธิประโยชน์ขอรับการสนับสนุนด้านธุรกิจจากมูลนิธิมวยไทยอันดามัน

6. ให้นายกองค้การบริหารส่วนตำบลที่มีพื้นที่รับผิดชอบร่วมกับศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดในฐานะนายทะเบียนด้านมวยไทย และสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวร่วมปรึกษาหารือกับมวลสมาชิกเกี่ยวกับการกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยว การแบ่งปันรายได้ อย่างเป็นธรรม ตลอดจนการกระจายรายได้ให้ชุมชน ภายใต้กรอบแห่งนวัตกรรมที่กำหนดขึ้น

7. ให้วางแผนพัฒนาเชิงบูรณาการปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน จิตสาธารณะและการช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ตลอดจนองค์ประกอบอื่น ๆ ที่ส่งผลให้พื้นที่เป้าหมายเป็น “เมืองน่าอยู่” ภายใต้ตัวบทกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

8. ให้มีการแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการเลือกสรรและจัดลำดับความสำคัญของการให้งบประมาณในการสนับสนุนปรับปรุงค่ายมวยและเวทีมวยของเอกชนที่อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวสายหลักและมีความพร้อม และกำหนดแผนในการปรับปรุงและพัฒนาให้ครอบคลุมทุกค่ายและทุกเวทีมวยภายในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดอันดามัน : ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในปี พ.ศ. 2555 – 2558

9. ให้องค์การบริหารส่วนตำบลที่มีรายได้อันดับต้น ๆ จากเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

พาดผ่านทำการศึกษาวิจัยเพื่อขอกำหนดงบประมาณสนับสนุนจากทางราชการอย่างเป็นประจำทุกปี และในแผนยุทธศาสตร์ระยะต่อไป (พ.ศ. 2559 – 2562) จะต้องนำเสนอเพื่อจัดสรรงบประมาณ (อาจจะขอสนับสนุนบางส่วนจากมูลนิธิมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน) ในการสร้างหรือบูรณะเวทีมวยที่มีอยู่ให้เป็นมาตรฐานสากล 1 แห่ง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นคาดว่าจะเพิ่มขึ้นทุกปี

10. จังหวัดภูเก็ต โดยการกีฬาแห่งประเทศไทยประจำจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัด สถาบันอุดมศึกษาในอันดามัน อันมีมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่ เป็นอาทิ อำนวยความสะดวกและร่วมจัดทำร่างหนังสือข้อตกลงความร่วมมือ (Memorandum of Understanding : MOU) ตลอดจนร่างคำสั่งคณะกรรมการดำเนินโครงการเฉพาะกิจเพื่อยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามันอย่างยั่งยืน หลังจากนั้นนำร่างดังกล่าวเสนอจังหวัดพังงาและกระบี่เพื่อพิจารณาปรับปรุงแก้ไข และให้ผู้ว่าราชการจังหวัดท่านใดท่านหนึ่งแล้วแต่จะตกลงกันลงนามในคำสั่ง

11. ให้จังหวัดใดจังหวัดหนึ่งเป็นเจ้าภาพในการลงนามในข้อตกลงความร่วมมือและแถลงข่าวโครงการโครงการเฉพาะกิจเพื่อยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน โดยจะนำเข้าสู่แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดอันดามัน : ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ในปี พ.ศ. 2555 – 2558

12. ในช่วงระยะเวลาที่รอนำโครงการเข้าแผนขอให้คณะกรรมการที่ได้รับแต่งตั้งดำเนินการเกี่ยวกับการขอจดทะเบียนมูลนิธิมวยไทยอันดามัน การจัดตั้งสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน การจัดตั้งสถาบันมวยไทยอันดามัน และหน่วยงานกลางด้านการตลาด (Marketing Unit) แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ตลอดจนประสานกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องพิจารณาให้งบประมาณสนับสนุนในการบูรณะปรับปรุงค่ายมวย เวทีมวยและอื่น ๆ ให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและสามารถรองรับนักท่องเที่ยว

13. ขอให้จังหวัดที่ได้รับมอบหมายเป็นเจ้าภาพประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น อันมี ค่ายมวย เวทีมวย บริษัทนำเที่ยว สถานที่พักโรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายเครื่องแต่งกายและอุปกรณ์มวยไทย และร้านขายของที่ระลึกเป็นอาทิเข้าร่วมพิจารณาร่างประเด็นยุทธศาสตร์และโครงการเพื่อบรรจุในแผนยุทธศาสตร์พัฒนากลุ่มจังหวัดอันดามันต่อไป

14. หลังจากที่มีการจัดตั้งองค์กรผ่านไปแล้วก็ดำเนินการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหาร บทบาทหน้าที่ ตลอดจนระบบการทำงานในองค์กรต่อไป

6.2 แนวทางการยกระดับมวยไทย สู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน ด้านการตลาด

1. สร้างและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ (Brand name) โดยการดำเนินการดังต่อไปนี้

1.1 เชื่อมโยงความนิยมและความเชื่อมั่นของโครงการโดยใช้ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย “Amazing Thailand 1998 - 1999” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เป็นส่วนหนึ่งของตราผลิตภัณฑ์

1.2 เชิดชู “Amdaman” ให้ปรากฏในชื่อตราและผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบไปด้วย Tour Package รูปแบบต่าง ๆ

1.3 ใช้คำหรือกลุ่มคำที่บ่งบอกถึงคุณสมบัติพิเศษของโครงการสำหรับ “Green Season” ในชื่อตราผลิตภัณฑ์ และอื่น ๆ

1.4 ประสานเพื่อดำเนินงานภายใต้การส่งเสริมของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย สภามวยไทยโลก และอื่น ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

2. กำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ (Product) โดยเน้น ความหลากหลาย มีมาตรฐานตามที่กำหนด วิชาการีตและประเพณี ปฏิบัติการโดยบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นมืออาชีพ สนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย ตั้งรางวัลล่อใจผู้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างเหมาะสม และประสมประสาน และนำเสนอกีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมอื่น ๆ ควบคู่กับกับมวยอย่างเหมาะสมและลงตัว

3. ตั้งราคา (Price) อย่างเหมาะสม โดยพิจารณาถึงความเป็นมาตรฐานเดียวกันตามราคา ท้องตลาดและนักท่องเที่ยวทั่วไปรับรู้ ที่สำคัญคือให้สอดคล้องกับฤดูกาลและนักท่องเที่ยวยอมรับ ได้ โดยคำนึงถึงต้นทุน ความต้องการของลูกค้า และคู่แข่งอื่นอีกด้วย นอกจากนี้ควรแบ่งแยก ราคาสินค้าให้เลือกหลากหลายตามสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป

4. กำหนดช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่สะดวกและง่ายต่อการจัดซื้อจัดหาโดย ผ่านช่องทางต่าง ๆ อย่างหลากหลาย อันได้แก่ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ สำนักงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยทั้งในและต่างประเทศ ศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทยในกลุ่ม จังหวัดอันดามัน ตลอดจนจำหน่ายผ่านค้าและเวทีมวยในต่างประเทศ และที่สำคัญที่สุดก็ คือให้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลและบริหารจัดการโดยหน่วยงานกลางด้านการตลาดแบบ เบ็ดเสร็จ (One Stop Service Marketing Unit) ของสมาคมผู้ประกอบการมวยไทยเพื่อการ ท่องเที่ยวอันดามันซึ่งจะจัดตั้งขึ้นตามโครงการนี้

5. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) จะต้องเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่สามารถกระตุ้นและ จูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดพฤติกรรมตามที่คุณขายมุ่งหวัง โดยการเสนอขายแบบรวมแพ็คเกจให้ ถูกกว่าการแยกซื้อที่ละรายการ จัดคำขวัญบาลสำหรับนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วยเป็นกรณี พิเศษ

กำหนดราคาค่าบริการให้ต่ำกว่าปกติเนื่องในเทศกาลต่าง ๆ ลดราคาเป็นพิเศษเมื่อลูกค้าสั่งจอง ล่วงหน้าและจ่ายเป็นเงินสด จัดคูปองเพื่อข้อเสนอพิเศษ เช่น แลกบัตรชมมวยไทยชั้น "ริงไซด์" จัดของขวัญหรือของชำร่วยสัญลักษณ์มวยไทยสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ลดราคาค่าบริการเป็นกรณี พิเศษ จัดรอบมวยพิเศษสำหรับครอบครัวเสียค่าใช้จ่ายแบบ 2-3-4...ในวัน จัดหลักสูตรพิเศษเรียน มวยไทยควบคู่กับการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ บริการเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอันได้แก่ การนวด เพื่อฟื้นฟูสภาพด้วยสมุนไพรไทยโบราณและสปา ตลอดจนศิลปะการแสดงต่าง ๆ นอกจากนี้อาจจะมี การสะสมทางบัตรชมมวยไทยให้ครบตามจำนวนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ เช่นการท่องเที่ยวเป็นต้น

6. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) สามารถดำเนินการได้หลากหลายรูปแบบ อันได้แก่ จัดโครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยการส่งนักชกและครูมวยไปสอนและสร้างชื่อเสียง ตามค่ายมวยและเวทีมวยต่างประเทศในนามของมูลนิธิ สมาคม และสถาบันมวยไทยอันดามันศึกษา สร้างภาพลักษณ์ของมวยไทยอันดามันอย่างจริงจัง ชัดเจน และต่อเนื่อง บริเวณที่เป็นที่ชุมนุม ของนักท่องเที่ยว และงานเทศกาลไทยในต่างประเทศ ประชาสัมพันธ์โดยทำโรดโชว์ (Road

Show) ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย นำเสนอสารคดีการแข่งขันชกมวยไทยคู่คัดสรรที่ดูเด็ดความ คู่กับตรา “Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Price” ตามสายการบินทั้ง ในและต่างประเทศ ประชาสัมพันธ์ผ่านองค์กรกลางด้านธุรกิจมวยไทยของอันดามัน อันได้แก่มูลนิธิ มวยไทยอันดามัน สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว และสถาบันมวยไทยอันดา มันศึกษา และที่สำคัญคือต้องดำเนินการประชาสัมพันธ์ภายใต้หลักการของติดต่อสื่อสารทางการ ตลาดแบบบูรณาการ (IMC) อย่างเหมาะสมและลงตัว

7. การหาแฟนคลับโดยเฉพาะอย่างยิ่งแฟนคลับที่เป็นกันทั้งครอบครัว ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ ของ Marketing Unit ที่จะต้องดำเนินการและให้เกิดการติดต่อสื่อสารกันตลอดเวลาในลักษณะ ของลูกค้าสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดต่อตรามวยไทยอันดามัน

8. การประกันคุณภาพการดำเนินธุรกิจ (Business Quality Assurance) โดยสมาคมผู้ ประกอบธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามันหรืออื่น ๆ แต่งตั้งคณะกรรมการติดตามผล กำกับดูแลมาตรฐานการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวทั้งค่ายมวย เวทีมวย และการ นำเที่ยวด้านมวยไทย ทั้งในแง่ของการบริหารจัดการ ผลิตภัณ์ท์ ราคา และอื่น ๆ

5.2 การอภิปรายผล

1. ภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬา พื้นบ้าน

และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

1.1 ภูมิหลังของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน และ ศิลปวัฒนธรรม

ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

การที่คนในพื้นที่อันดามันส่วนหนึ่งยังคงเห็นความสำคัญและพยายามที่ทำมา หากินกับมวยไทยตลอดจนศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวพื้นบ้านและศิลปะการแสดงอื่น ๆ เช่นการไหว้ ครูมวยไทย อาวุธและแม่ไม้มวยไทย กระบี่กระบอง และการควงกระบองไฟหรือไช้ไฟได้ไปอีกนาน นั้น อาจเป็นเพราะว่ามวยไทยและศิลปวัฒนธรรมของอันดามันเป็นที่รู้จักมักคุ้นของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติมานาน โดยเฉพาะในจังหวัดภูเก็ตซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก และที่ สำคัญก็คือไม่ว่าวันเวลาจะหมุนเวียนเปลี่ยนไปอย่างไรก็ตาม มวยไทยและอื่น ๆ ดังกล่าวก็ยังคงมีเสน่ห์และเป็นที่น่าสนใจของชาวต่างชาติอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ถึงแม้เป้าหมายการเข้าร่วม กิจกรรมบางประการจะเปลี่ยนแปลงไป คือจากชื่นชมในฐานะที่มวยไทยเป็นมรดกและศิลปะการ ต่อสู้ของไทยไปเป็นการค้าในเชิงธุรกิจก็ตาม แต่ทั้งนี้ต้องปรับยุทธศาสตร์การนำเสนอที่เหมาะสม และเข้ากับกาลเวลาตลอดจนสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาว ต่างประเทศ

1.2 ปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน และ ศิลปวัฒนธรรม

ที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

1.2.1 ด้านเวทีมวย

การที่พื้นที่อันดามันประสบปัญหาการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปะการแสดงที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านเวทีมวย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ามีคู่แข่งทางธุรกิจมีจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจุบันมีการจัดเวทีเล็ก ชกโชว์ในบาร์เกือบทุกที่ ค่าเช่าที่ดินและอุปกรณ์สิ่งก่อสร้างราคาแพง และบุคลากรขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่จำเป็นอีกด้วย

1.2.2 ด้านค่ายมวย

การที่พื้นที่อันดามันประสบปัญหาการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปะการแสดงที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านค่ายมวย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ค่ายมวยในอันดามันยังคงมีปัญหามาก ๆ เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวไม่สามารถเรียนจนจบหลักสูตรที่กำหนดได้เนื่องจากข้อจำกัดของอายุวีซ่า นอกจากนี้ยังมีปัญหาเกี่ยวกับการที่ชาวต่างชาติเข้ามาเป็นคู่แข่งชั้นทางธุรกิจด้านค่ายมวยไทยจำนวนมากขึ้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนเป็นประเด็นปัญหาที่สร้างความหนักอกหนักใจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับมวยไทยในอันดามันอย่างยิ่ง

1.2.3 ด้านสถานประกอบการนำเที่ยว

การที่พื้นที่อันดามันประสบปัญหาการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปะการแสดงที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ด้านสถานประกอบการนำเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสถานประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามัน ยังคงมีปัญหามากเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ขาดทักษะการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษและภาษาที่จำเป็นอื่น ๆ ตลอดจนยังขาดเรื่องเล่าสำหรับบรรยายประกอบการนำเที่ยวที่เหมาะสมและเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้การกำหนดราคาในการเข้าร่วมกิจกรรมด้านมวยไทยในอันดามันยังไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันอีกด้วย

2. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

การที่พื้นที่อันดามันสามารถบริหารจัดการ รักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การทำตลาด บุคลากร ตลอดจนมีต้นทุนและทรัพยากรทางการเงินสำหรับการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน

และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ให้มีศักยภาพในการแข่งขันที่เข้มแข็งสามารถตอบสนอง บัณฑิตต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อน ตลอดจนสามารถรักษาตำแหน่งในการแข่งขัน ได้อย่างดีที่สุดในเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ใกล้เคียงอันมีจังหวัดสุราษฎร์ธานีเป็นอาทิได้นั้น ทั้งนี้อาจ เป็นเพราะว่า พื้นที่อันดามันเป็นพื้นที่ที่อุดมด้วยธรรมชาติที่สวยงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พื้นที่นี้ประกอบไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว หลากหลายรูปแบบ ทั้งทางด้านกีฬา นันทนาการ วัฒนธรรม และอื่น ๆ นอกจากนี้พื้นที่อันดามัน โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตยังพร้อมไปด้วยโครงสร้างพื้นฐานที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในฐานะที่เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่อันดามันมีจุดเด่นทางด้าน ศิลปวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งในที่นี้หมายรวมถึงมวยไทยศิลปะการต่อสู้ดั้งเดิมของ ไทยสาขาหนึ่งด้วย และที่สำคัญที่สุดก็คือมวยไทยอันดามันเป็นมวยไทยเชื้อสายที่มีชนบประเพณี ที่เคร่งครัด ตลอดจนมีอาวุธและแม่ไม้แหลมคมสามารถสยบคู่ต่อสู้ได้อย่างเด็ดขาด ซึ่งคุณสมบัตินี้ เป็นที่เข้าใจและรับรู้ของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป ดังนั้นจึงไม่เป็นการยากที่จะสร้างมวยไทยอันดามัน ให้โดดเด่น สวยงาม และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วนของโลก และสามารถไปสู่ เป้าหมายสูงสุดคือเป็นแม่เหล็กที่มีพลังสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเข้ามาสู่พื้นที่ในช่วงที่มีการ ท่องเที่ยวน้อยได้ ดังที่ผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวคือท่านอาจารย์ปัญญา ไกร ทัศน์ (17 : 2552) ที่ได้กล่าวไว้ว่า “อดีตที่ผ่านมามวยไทยเคยรุ่งเรืองในภูเก็ตอย่างมาก...เคยวาดหวัง เอาไว้ว่าจะผลักดันภูเก็ตให้เป็นเมืองศูนย์กลางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อที่จะผลักดันเมือง ภูเก็ตในหน้าโลกรีสขึ้นที่วันนี้เราเรียกอย่างสวยงามหรือว่า กรีนซีซั่น”

3. ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการกำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน จากกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique)

3.1 ด้านเส้นทางการท่องเที่ยว

การที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันให้กำหนดเส้นทางมวยไทยเพื่อ การ

ท่องเที่ยวในอันดามันที่โดดเด่น 5 เส้นทางคือ เส้นทางสายป่าตอง ฉลอง และราไวย์จังหวัดภูเก็ต เส้นทางเกาะยาวน้อยจังหวัดพังงา และเส้นทางอ่าวนางจังหวัดกระบี่นั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าพื้นที่ ทั้ง 5 เส้นทางดังกล่าวเป็นจุดซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตลอดจนพร้อมไปด้วยโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบครัน จึงเป็นการง่าย ที่จะดำเนินธุรกิจดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จโดยง่ายเมื่อเปรียบเทียบกับเส้นทางอื่น ๆ

3.2 ด้านกิจกรรมมวยไทยที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว

การที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่ากิจกรรมมวยไทยที่ควรแก้
การ

นำเสนอนักท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ ทั้งเรียนรู้ ฝึก ชม และชก
แข่งขันบนเวทีให้กับคนทุกเพศทุกวัยนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการที่จะทำธุรกิจอย่างหนึ่งอย่างใด
ให้ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ มากมาย ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ดีก็
สามารถนำธุรกิจไปสู่ความสำเร็จได้ และผลิตภัณฑ์ที่ดีไม่จำเป็นต้องมีคุณภาพสูงและยอดเยี่ยม
เสมอไป เพียงแต่ให้มีคุณภาพอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวรับได้ มีความหลากหลาย และที่สำคัญคือ
สอดคล้องกับความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเท่านั้นเป็นพอ (ฉัตรยาพร เสมอใจ :
102, 2549)

3.3 ด้านศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำมาบูรณาการ และนำเสนอควบคู่กับมวยไทย
เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่าศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำมา
บูรณาการ และนำเสนอควบคู่กับมวยไทย เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้แก่การแสดง
ศิลปวัฒนธรรมก่อนการชกเพื่อเรียกน้ำย่อย อาวุธและแม่ไม้มวยไทย โนราห์ ควงพลองไฟ ห่วงไฟ
และเชือกไฟ กระบี่กระบอง เริงระบำรองเง็ง หนังตะลุง และการแสดงลิเกป่า ตามลำดับนั้น ทั้งนี้
อาจเป็นเพราะว่ากิจกรรมดังกล่าวเป็นศิลปวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ยังมีบทบาทในการสร้างความ
ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมลงตัวสมควรนำเสนอคู่กับ
มวยไทยได้เป็นอย่างดี คืออย่างน้อยที่สุดก็เป็นกิจกรรมที่ใช้เครื่องดนตรีประเภทเดียวกัน มีจังหวะ
ที่เร่งเร้าทำท่ายคล้ายคลึงกัน และที่สำคัญที่สุดก็ถือเป็นกิจกรรมที่สามารถใช้ผู้ชายแสดงซึ่ง
สอดคล้องกับจารีตและประเพณีของมวยไทยในฐานะที่เป็นกีฬาของผู้ชายเป็นอย่างยิ่ง

3.4 ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อเสริมธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

การที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่ากิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวก
สะดวกเพื่อเสริมธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ การขอและต่อวีซ่า ที่พัก การประกันชีวิต
และทรัพย์สิน การนำเที่ยวเพื่อพักผ่อนยามว่างจากการฝึกซ้อม เครื่องดื่มและอาหารไทย ชุดฝึก
และชุดแข่งขัน ประกาศนียบัตร ที่ระลึกสัญลักษณ์มวยไทย ภาพถ่าย การจองตั๋วเดินทางและ
เอกสารประกอบการฝึกฉบับภาษาต่างประเทศตามลำดับนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าว
ข้างต้นบางสิ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตในต่างแดน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวี
ซ่าที่สามารถใช้ชีวิตอยู่ในเมืองไทยเป็นระยะเวลายาวนานนั้นมีขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อนจึงเป็น
ความหวังและความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกคน นอกจากนี้บางสิ่งก็เป็นของใฝ่ฝันของ
นักท่องเที่ยวที่มีความชื่นชมและมีทัศนคติที่ดีต่อมวยไทยไว้ครอบครองก็คือ ปรารภนาที่จะได้ลิ้ม
ลองรสชาติของการฝึกฝนมวยไทย และที่หวังเหนือสิ่งอื่นใดก็คือของที่ระลึก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

ภาพถ่ายของตบชณะที่เข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้และฝึกฝนมวยไทยจะเป็นที่นิยมอย่างมาก เพราะนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะนำภาพถ่ายดังกล่าวไปอวดเพื่อและครอบครัวด้วยความภาคภูมิใจว่าครั้งหนึ่งในชีวิตได้เดินทางมาประเทศไทยและสัมผัสกับสิ่งอันเป็นสัญลักษณ์ของความ เป็นสุภาพบุรุษลูกผู้ชายไทยอย่างสมบูรณ์แบบยากที่จะลืมเลือนได้

3.5 ด้านเรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทยที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว

การที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่าเรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทย ที่ควรนำเสนอให้นักท่องเที่ยว ได้แก่ ไม่ตายในกีฬามวยไทยสำหรับพิชิตคู่ต่อสู้ให้หยุดหมด กระบวน ยุทธ์และการออกอาวุธในกีฬามวยไทย การให้ครูเพื่อแสดงความกตัญญูก่อนการแข่งขันมวย ไทย การทำให้คู่ต่อสู้ถูกนับ 10 คือชัยชนะเด็ดขาดในกีฬามวยไทย และมวยไทยเป็นศิลปะแบบ ดั้งเดิมที่ต้องฝึกด้วยความอดทนตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นอัต ลักษณ์และแก่นแท้ของมวยไทยประการหนึ่ง อีกประการหนึ่งส่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นรูปธรรมที่ สามารถสัมผัสได้ซึ่งต้องกับอรรถาธิบายของชาวต่างประเทศโดยเฉพาะชาวยุโรปที่ชอบใช้ชีวิตอยู่กับ ความเป็นจริงที่สัมผัสได้และเป็นปัจจุบันมากกว่าเรื่องราวในอดีตและโลกแห่งจินตนาการ

3.5 การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่าจัดการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน

ที่ควรดำเนินการคือการจัดตั้งสมาคมและมูลนิธิมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามันให้เป็นองค์กร กลางในการบริหารจัดการแบบเบ็ดเสร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีจุดเน้นให้ชุมชนและองค์กรต่าง ๆ อันมี ค่ายมวย เวทีมวย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นเครือข่าย ได้มีส่วนร่วมคิดและตัดสินใจ ตั้งแต่ต้น นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้จัดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าวัฒนธรรมเป็นสมบัติที่ล้ำค่าของชาติ มีความยั่งยืนและเป็นอมตอยู่ในตัว นอกจากนี้ยังต้องการส่งเสริมให้มีการสร้างอาชีพและรายได้แก่ชุมชนอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง ตลอดจนจนเกิดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ร่วมกันอย่างคุ้มค่ามากที่สุด ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวเหล่านี้จะทำให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ร่วมกันอย่างทั่วหน้า ผลตามมาก็คือเกิดความรักและหวงแหนถิ่นที่อยู่และสมบัติอันเป็นสาธารณะได้อย่างดีที่สุด ซึ่งถือว่าเป็นแนวทางของการดำเนินธุรกิจที่ ประสบผลสำเร็จและยั่งยืนวิธีหนึ่ง (รายาศิต เต็งกุสุลย์มาน, 2550 : 16-17)

3.6 การดำเนินการด้านการตลาด

การที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดสอดคล้องต้องกันว่า ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวต้องประกอบไปด้วยปัจจัยต่างๆ มากมายหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อันดามันจะต้องควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ วางแผนในเรื่องของการส่งเสริมการขาย การกำหนดราคาที่เหมาะสมและนักท่องเที่ยวรับได้ จัดช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่ง่าย สะดวก และเชื่อมั่นได้ ตลอดจนดำเนินการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบ ต่อเนื่อง และชัดเจน ดังรายละเอียดที่แจ้งแล้วนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการวางแผนด้านการตลาดที่ดีและเป็นขั้นตอนที่เหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ดำเนินการให้เป็นไปตามหลักการของส่วนประสมทางการตลาดและการบริหารการตลาดที่ดีนั้น มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้การทำการธุรกิจประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2550 : 30) แต่ทั้งนี้จะต้องกำหนดและพิจารณาถึงความต้องการของลูกค้าหลังจากนั้นจึงดำเนินการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้สามารถสนองตอบต่อความพึงพอใจของลูกค้าต่อไป (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546 : 37)

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของพื้นที่อันดามัน จากการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม

4.1 การที่นักท่องเที่ยวผู้ตอบแบบสอบถามและเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ของพื้นที่อันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวบ่อย ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ เพื่อแข่งขันมวยคว้นเพื่อการต่อสู้แบบไร้ขีดจำกัด และเพื่อประกอบอาชีพด้านมวยไทย และเป็นที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นสัญชาติ ออสเตรเลีย เยอรมัน ฝรั่งเศส สวีเดน และประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวียอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ากีฬามวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ใช้พลังกำลังมากมาย ดังนั้นจึงเป็นกีฬาอดนียมของผู้ชายเสียเป็นส่วนใหญ่ และด้วยอัตลักษณ์ของความเป็นมวยไทยซึ่งเป็นกิจกรรมที่เป็นประโยชน์หลายแง่มุมและเอนกอนันต์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้มวยไทยจึงเป็นที่นิยมของคนทุกชาติทุกภาษาไม่ได้จำกัดเฉพาะในหมู่คนไทยเท่านั้น สมดังที่ได้รับยกย่องกันโดยทั่วไปว่า “มวยไทย มรดกไทย มรดกโลก”

4.2 การที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อเวทีมวย ค่ายมวย เส้นทางท่องเที่ยว โปรแกรมนำเที่ยว ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทยในภาพรวมระดับมากนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ากิจกรรมต่างๆ ดังกล่าวได้ผ่านการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญเป็นอย่างดี

มีผลทำให้สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สอดคล้องกับความต้องการ และต้องอาศัยของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริงและเป็นไปอย่างสมเหตุสมผล

4.3 การที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน จำแนกตามเชื้อชาติ คือตะวันตกกับเอเชีย ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าความรู้สึกนึกคิดของตลอดจนปรัชญาของการดำเนินชีวิตระหว่างชาวเอเชียซึ่งเรียกกันโดยทั่วไปว่าชาวตะวันออกนั้นแตกต่างไปจากชาวตะวันตกอย่างสิ้นเชิง ด้วยเหตุนี้จึงมีผลทำให้พฤติกรรมต่าง ๆ ที่แสดงออกมา ซึ่งหมายรวมถึงพฤติกรรมกาบริโภคแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของวิจิต ยะลา และคณะ (2552 : 46) ที่ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวชาวเอเชียส่วนใหญ่จะชอบท่องเที่ยวอย่างเรียบง่ายสบาย ๆ ซึ่งตรงข้ามกับนักท่องเที่ยวทางซีกโลกตะวันตกจะชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบโลดโผนและท้าทายความสามารถ ซึ่งเป็นความแตกต่างที่เห็นได้อย่างชัดเจน

5. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาคั้งนี้

5.1 ผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ได้จากการศึกษาคั้งนี้ อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวระดับหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบไปด้วยแพ็คเกจทัวร์ทั้ง 8 โปรแกรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ทุกรายการ ทั้งที่เปรียบเทียบกับปัจจัยด้านการตลาดด้วยกันและภาพรวม รองลงมาคือราคา และการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าแพ็คเกจทัวร์ดังกล่าวได้รับการพิจารณาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีประสบการณ์ทางด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี จึงเป็นที่ถูกตาต้องใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ สุจิต ชุมพรพันธุ์ และคณะ (2553, 61) ที่ว่า นักท่องเที่ยวมักจะตัดสินใจและพึงพอใจเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวตามคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับรู้ เห็นด้วยตา สัมผัสด้วยใจ และเป็นรูปธรรม ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการที่จะต้องนำเสนอสินค้าที่มีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนมีรายละเอียดครบถ้วนและเป็นรูปธรรมมากที่สุด

5.2 การที่รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ มีแนวโน้มว่าจะสัมพันธ์กับสัญชาตินักท่องเที่ยว กล่าวคือแพ็คเกจทัวร์ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวแบบสบาย ๆ เรียนรู้เชิงมวยไทยเล็กน้อยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวสัญชาติออสเตรเลียเป็นอันดับ 1 ขณะที่แพ็คเกจทัวร์

แบบสบายเช่นกันไม่มีการเรียนรู้เชิงมวย แต่จะเน้นเรื่องการชม เขียร์ และตีมี ภาคกลางคืน
 ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวสัญชาติฝรั่งเศสเป็นอันดับ 1 ส่วนแพ็คเก็จทัวร์ซึ่งเป็น
 โปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงการต่อสู้และแข่งขัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แพ็คเก็จทัวร์ที่ 8 คือ
 “Andaman Ironman Super Fight XL (A-I XL)” ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวสัญชาติ
 สแกนดิเนเวียเป็นอันดับ 1 นอกจากนี้ยังพบอีกว่าแพ็คเก็จทัวร์ซึ่งเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวที่
 เน้นการเรียนรู้ด้านมวยไทยอย่างแท้จริง ได้รับการเลือกเป็นอันดับ 1 จากนักท่องเที่ยวสัญชาติ
 เยอรมัน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมแล้วแพ็คเก็จทัวร์ดังกล่าวเหล่านี้ยังคงเป็นที่พึง
 พอใจของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป แต่ที่ได้รับการชื่นชมจากนักท่องเที่ยวสัญชาติต่าง ๆ เป็นพิเศษนั้น
 อาจเป็นเพราะความชอบที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสอดคล้องกับวิจิต ยะลา และคณะ (2552 : 46 –
 47) ที่กล่าวโดยสรุปว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกที่เข้ามาในประเทศไทยนั้นจะมีลักษณะ
 นิสัยโดยทั่วไปคล้ายคลึงกันแต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดโดยดูจากการเลือกโปรแกรมทัวร์แล้วพบว่า
 จริง ๆ แล้วนักท่องเที่ยวดังกล่าวจะมีอุปนิสัยที่แตกต่างกันไปตามชาติและภาษา กล่าวคือ ชาว
 ออสเตรเลียรักกีฬา ชอบสนุกสนาน เป็นผู้นำ

ผู้ตามที่ดี เคารพสิทธิของผู้อื่น ขณะที่ชาวเยอรมันชอบสนทนา ใฝ่รู้ มีความมั่นใจสูง ชอบความเรียบง่าย
 เปิดใจกว้าง ส่วนชาวฝรั่งเศสช่างวิจารณ์ มีรสนิยมในการกินอยู่ ไม่ชอบพูดภาษาที่ไม่ถนัด ใช้
 เวลาว่างไปในทางที่เป็นประโยชน์ แต่ค่อนข้างจะมีความอดทนน้อย นอกจากนี้ยังพบอีกว่าชาว
 สวีเดนเป็นคนเรียบง่าย รักสันโดษ ชอบผจญภัย เลือ้อาหารและเป็นมิตรกับคนรอบข้าง โดยเฉพาะ
 อย่างยิ่งมีทัศนคติที่ดีต่อคนไทยและประเทศไทย สำหรับชาวเดนมาร์กก็เป็นคนเรียบง่าย ชอบความทำ
 ทาย และชอบความเป็นส่วนตัวไม่ลุ่มลุ่ม ส่วนชาวออสเตรียจะเป็นคนดื้อเงียบ ไม่สูงส่งและพูดน้อย
 ยอมรับคนที่มีประสบการณ์ ทำอะไรทำจริง และมีความเป็นตัวของตัวเองสูง

6. แนวทางการยกระดับมวยไทย สู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อ กระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน จากการทำประชาพิจารณ์

6.1 แนวทางการยกระดับมวยไทย สู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อเพื่อกระตุ้น
 การท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามันด้านการบริหารจัดการ

การที่ผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นระดมให้สถาบันการศึกษา วิทยาเขตกระบี่ เป็นผู้จุดประกาย
 ความคิดเกี่ยวกับ มูลนิธิมวยไทยอันดามัน สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน
 สถาบันมวยไทยอันดามัน และอื่น ๆ ภายใต้การสนับสนุนของกีฬาแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยว
 แห่งประเทศไทย ประจำจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีเป้าหมาย
 สูงสุดคือให้เกิดการผลักดันโครงการเฉพาะกิจเกี่ยวกับมวยไทยอันดามันในช่วงที่มีการท่องเที่ยว
 น้อยเข้าสู่ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่ และยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดอันดา

มันซึ่งดำเนินการต่อเนื่องกันมาเป็นเวลานาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้เกิดความร่วมมือและบริหารเชิงบูรณาการในลักษณะของการทำบันทึกข้อตกลง (Memorandum of Understanding : MOU) ระหว่าง 3 จังหวัดซึ่งหมายถึงรวมถึงองค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีพื้นที่เกี่ยวข้องกับดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างแน่นแฟ้นและชัดเจนนั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สถาบันการพลศึกษาเป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเช่นเดียวกับการกีฬาแห่งประเทศไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยเงาะอย่างยิ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่นที่มีพันธกิจในการผลิตบุคลากรทางด้านพลศึกษา กีฬา และ นันทนาการโดยตรงและเป็นแห่งเดียวในอันดามัน และที่สำคัญที่สุดก็คือสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ได้รับมอบหมายให้เป็นผู้รับผิดชอบในการส่งเสริมและพัฒนาการศึกษา กีฬา นันทนาการ และอื่น ๆ ของ 3 จังหวัด กลุ่มอันดามันคือ ภูเก็ต พังงา และกระบี่ จึงเป็นการง่ายที่จะเป็นผู้ประสานงานในระยะเวลาเริ่มต้น ในขณะที่กลไกการบริหารงานภายในของสถาบันก็เอื้ออำนวยให้ปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวได้เป็นอย่างดี ตัวอย่างเช่นสถาบันมีศูนย์กีฬาเพื่อความเป็นเลิศที่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลสามารถดำเนินการในการให้บริการวิชาการและวิชาชีพแก่ชุมชนได้ มีศูนย์ฝึกมวยไทยซึ่งขณะนี้กำลังดำเนินการพัฒนาเป็นวิทยาลัยมวยไทยในสถาบันตามพระราชบัญญัติสถาบันการพลศึกษา พุทธศักราช 2548 ซึ่งขณะนี้มีทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมาร่วมฝึกแบบให้เปล่าจำนวนหนึ่งทุกวัน มีการจัดการศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต โปรแกรมวิชาการฝึกกีฬาซึ่งขณะนี้ได้รับอนุมัติจากสภาสถาบันแล้ว 3 โปรแกรมคือ การฝึกกีฬามวยไทย การฝึกกีฬาเป็นผา และการฝึกกีฬาอล์ฟ และที่สำคัญที่สุดก็คือเมื่อผู้วิจัยได้รับการเลือกตั้งให้เป็นคณะกรรมการสภาตัวแทนคณาจารย์เข้าร่วมประชุมสภาสถาบันวาระหนึ่งและได้นำเสนอรายงานวิจัยเรื่อง “มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน” อย่างไม่เป็นทางการมีผลทำให้สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่ขานรับและกำหนดโครงการก่อสร้างสนามกีฬามวยมาตรฐานเพื่อการท่องเที่ยวพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกเข้าไปในแผนงบประมาณคาดว่าจะสามารถดำเนินการได้ในปีงบประมาณ 2554 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่จึงมีความเหมาะสมด้วยประการทั้งปวงในการทำหน้าที่ผู้จุดประกายและประสานงานโครงการดังกล่าวข้างต้นได้เป็นอย่างดี

หลังจากนั้นก็จะเป็นการบริหารเชิงบูรณาการของ 3 จังหวัด โดยอาศัยความสัมพันธ์ที่มีมาแต่เดิมคือองค์การความร่วมมือทางธุรกิจในนาม “กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน” หรือปัจจุบันคือกลุ่มจังหวัดอันดามันซึ่งบริหารจัดการภายใต้ “แผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดอันดามัน” เป็นร่องเดินและเป็นธงนำริ้วขบวนขึ้นเพื่อให้เกิดองค์การทางด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวเป็นการเฉพาะ อันได้แก่มูลนิธิมวยไทยอันดามัน สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน สถาบันมวยไทยอันดามัน หน่วยงานกลางทางการตลาดแบบเบ็ดเสร็จและอื่น ๆ อันมี

บันทึกความร่วมมือโครงการพัฒนาและฟื้นฟูมวยไทยอันดามันเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อย ตลอดจนคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการชุดต่าง ๆ เป็นอาทิ เพียงแต่ปรับระบบการบริหารจัดการที่ดีอยู่แล้วให้ชัดเจน เป็นรูปธรรม และเห็นแสงทองแห่งความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้เกิดการทำงานแบบเครือข่ายทั้งในแนวกว้างและแนวลึกถึงในระดับองค์การบริหารส่วนตำบลซึ่งเป็นองค์กรที่มีทั้งพันธกิจและงบประมาณในการพัฒนาท้องถิ่นซึ่งหมายรวมถึงการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างมากมายมหาศาล แต่ทั้งนี้ต้องกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและเป็นไปในทางเดียวกันทั้งขององค์การบริหารส่วนตำบล องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาลเมืองหรือเทศบาลนคร จังหวัด และกลุ่มจังหวัดอันดามันดังกล่าว

อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญที่จะขาดเสียมิได้ก็คือการสร้างความเข้าใจอันดีกับองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการทั้งค่ายมวย เวทีมวย บริษัทนาเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ซึ่งต่อไปจะต้องเป็นสมาชิกของสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน ตลอดจนชุมชนหรือคนในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้เกิดภาพฉายที่ชัดเจนและเป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติเกี่ยวกับโอกาส ส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนการกระจายรายได้ที่จะตามมา ทั้งนี้เพื่อหวังผลให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอีกด้วย ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเกิดขึ้นได้ย่อมเป็นมรรคเป็นผลก็ต่อเมื่อกลุ่มจังหวัดอันดามันนำแนวคิดนี้ไปดำเนินการชี้แจง สร้างความเชื่อมั่น และปลูกฝังให้คนทั้งรุ่นเการุ่นใหม่ในท้องถิ่นของตนได้ตระหนักถึงประโยชน์ ผลตอบแทน คุณภาพชีวิต และความเข้มแข็งของชุมชนที่จะเกิดขึ้นจากโครงการนี้อย่างแท้จริง

ดังนั้นจึงสามารถสรุปเพื่อเป็นโมเดลว่า การที่ผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นกำหนดให้สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่ เป็นผู้จุดประกายความคิดและทำหน้าที่ประสานโครงการฟื้นฟูมวยไทยอันดามันเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อยในระยะเริ่มต้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพบและตกลงในหลักการ และเกิดการบริหารจัดการเชิงบูรณาการโครงการดังกล่าวระหว่างจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยใช้องค์กร “กลุ่มจังหวัดอันดามัน” อย่างเป็นทางการ ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนโครงการเข้าไปบรรจุไว้ในแผนยุทธศาสตร์การการพัฒนาทั้งระดับรากหญ้าคือองค์กรท้องถิ่น ระดับจังหวัดและระดับกลุ่มจังหวัดอันดามันตามลำดับ นอกจากนี้ยังผลักดันให้เกิดกลไกและองค์กรเพื่อเป็นจุดศูนย์กลางของการบริหารจัดการอันได้แก่สมาคม มูลนิธิ สถาบันมวยไทยอันดามัน บันทึกข้อตกลง ระเบียบ และคณะกรรมการชุดต่าง ๆ คงเป็นเพราะว่าสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นเป็นแนวทางที่เป็นไปได้มากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานผู้มีส่วนเกี่ยวข้องดังกล่าวส่วนหนึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐซึ่งมีโครงสร้างการบริหารงานและที่มาของงบประมาณชัดเจนที่สำคัญคือเชื้อต่อการดำเนินโครงการดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

6.2 แนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามันด้านการตลาด

การที่ผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นแนะนำให้กลุ่มจังหวัดอันดามันสร้างและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ (Brand name) โดยเชื่อมโยงความนิยมและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตรา “Amazing Thailand” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหลักในการคิด พร้อมกันนั้นให้เชิดชู “Amdaman” ให้ปรากฏในชื่อตราและผลิตภัณฑ์ซึ่งประกอบไปด้วย Tour Package รูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ยังกำหนดให้มีหน่วยงานกลางด้านการตลาดแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Marketing Unit) เป็นผู้อำนวยการความสะดวกในการกำหนดประเภท รูปแบบ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้เกิดการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ “AmaZing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Price” ตลอดจนผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นขึ้นเป็นการเฉพาะอย่างเช่นแพ็คเกจทัวร์ที่ 8 “Andaman Ironman Supper Fight XL (A-I XL) ให้เข้มข้นและเป็นทีคลั่งไคล้ของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าการบริหารการตลาดที่ดีมีส่วนส่งเสริมให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เนื่องจากการทำการตลาดจะเป็นการสร้างตัวกลางเชื่อมโยงระหว่างผู้ค้ากับลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดำเนินงานทางการตลาดที่ดีจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะพิจารณาจากความแตกต่างในการแข่งขัน ต้นทุนรวมของลูกค้า มูลค่าที่ส่งมอบให้กับลูกค้า ตลอดจนความคาดหวังของลูกค้า (ฉัตรยาพร เสมอใจ, 2549 : 30) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า การกำหนดส่วนประสมทางการตลาด หรือที่เรียกกันติดปากโดยทั่วไปว่า 4Ps ซึ่งประกอบไปด้วย ตัวผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ที่เหมาะสมนั้นจะมีความสัมพันธ์และมีผลโดยตรงต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (สุมาลี จิระจรัส, 2548 : 4-5)

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อย

1.1 กลุ่มจังหวัดอันดามันควรจัดตั้งองค์กรเครือข่ายในการจัดและบริหารเชิงบูรณาการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Marketing Unit) คือมีรูปแบบการดำเนินงาน ปรึกษา วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้มีคณะกรรมการบริหารงานกำกับดูแลและประสานงานที่มีระเบียบและกฎหมายรองรับอย่างถูกต้องซึ่งอาจจะเป็นหน่วยงานย่อยของสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน หรือองค์กรอื่น

โดยตามความเหมาะสมแล้วแต่จะตกลงกัน และเพื่ออำนวยความสะดวกด้านข่าวสารตลอดจนข้อมูลการท่องเที่ยว อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง ที่พัก อาหาร ภูมิอากาศ การเตือนภัยพิบัติภัย คลื่นสึนามิ ตลอดจนดำเนินการติดต่อประสานงานเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเงินตรา ฝากและถอนเงิน จากธนาคาร ต่อวีซ่า และประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง อาจะจัดตั้งศูนย์ประสานงานย่อย เป็นหน่วยงานเสริมทางด้านการตลาดระดับจังหวัด (Supportive Marketing Unit) อีกด้วยก็ได้

1.2 กำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดและบริหารมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอันดามัน โดยมีจุดเน้น 3 ประการดังต่อไปนี้

1. การอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ โดยอาศัยหลักการเชื่อมโยงทุกองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเพื่อนำไปสู่เป้าหมายเดียวกัน กล่าวคือคุ้มครองทรัพยากรระยะยาว ผนวกรวมให้มีการใช้ทรัพยากรโดยไม่ทำให้เสื่อม แก่ปัญหาความขัดแย้งในการใช้ทรัพยากร เพราะทรัพยากรธรรมชาติเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวทุกรูปแบบให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

2. จัดและบริหารมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามันโดยใช้รูปแบบของกลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Sports Tourism Management Model) ตามแนวคิดของ วิทยาสิต เต็งกูสุลัยมาน (2550 : 51) ซึ่งเป็นที่รู้จักในวงการท่องเที่ยวว่า “ZEAASPA” ประกอบไปด้วยการจัดและบริหารปัจจัยต่าง ๆ 7 ด้าน อันได้แก่ การจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว (Zoning) การจัดการสิ่งแวดล้อม บริเวณแหล่งท่องเที่ยว (Environment) การจัดการด้านเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) การจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย (Safety) การจัดการด้านบุคลากร (Personnel) และการจัดการด้านกิจกรรม (Activity) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยเป็นช่วงที่มีการแข่งขันสูงมากสิ่งหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ที่ดีก็คือการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้นค่ายมวยควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องกับอรรถาศัยของนักท่องเที่ยวและเหมาะสมกับกิจกรรมด้วยหรือผลิตภัณฑ์ที่ขายด้วย เช่นจัดให้มีสระว่ายน้ำ ห้องเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย ชูบเปอร์มาร์เก็ตที่ประกอบด้วยสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันและอาหารเสริมสุขภาพสำหรับนักมวยห้องอาหารที่มีบรรยากาศเหมาะสม นำให้บริการ ตลอดจนห้องน้ำสะอาดและถูกสุขลักษณะเป็นต้น

3. นำกฎทองของการทำธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว (Golden Rule in Muay Thai Business Management) ใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า “Raja Syed Tengku Sulaiman’s Five Fs in Muay Thai Business Management” ของวิทยาสิต เต็งกูสุลัยมาน มาปรับใช้ที่เหมาะสม ประกอบด้วย 5 เอฟ (5Fs) อันได้แก่ F1 คือคนโดยเฉพาะนักมวยต้องดี (Fine) และสง่างาม F2 ต้องมีความสนุกสนาน (Fun) เป็นที่ประทับใจแฟน ๆ F3 ต้องมีแฟนคลับ (Fans) ที่จงรักภักดีต่อองค์กรเป็นของตนเอง F4 ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ที่เหมาะสมและนักท่องเที่ยวรับได้ และ F5 ต้องมีใจรักในกีฬามวยไทย

โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีความมุ่งมั่นและมานะพยายาม (Force) ที่จะผลักดันธุรกิจดังกล่าวให้ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ก็เพราะว่าผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยมีผลตอบแทนด้านจิตใจคือความสุขสนุกสนานที่ได้รับซึ่งเป็นนามธรรม ดังนั้นกว่าที่ผลิตภัณฑ์จะเข้าไปอยู่ในหัวใจของลูกค้าคือนักท่องเที่ยวหรือที่พูดกันโดยทั่วไปว่าติดตลาดหรือติดลมบนนั้นต้องอาศัยระยะเวลาและความอดทนอดกลั้นเป็นอย่างมาก

1.3 ปฏิบัติการเชิงรุก คือการตัดสินใจเพื่อป้องกันภาวะวิกฤต หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือเป็นการบริหารจัดการที่ใช้ทั้งวิธีการป้องกันและการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบบนพื้นฐานของศักยภาพที่มีอยู่ควบคู่กันไป นั่นก็หมายความว่าถึงแม้กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามันจะมีตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของจังหวัดแตกต่างกันไปบ้าง แต่เนื่องจากทั้งสามจังหวัดเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่ตั้งเรียงรายอยู่บนชายฝั่งทะเลอันดามันเช่นเดียวกัน ซึ่งจะมีผลทำให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ทางด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มซึ่งหมายรวมถึงมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวด้วยให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและพร้อมกันได้อย่างผสมกลมกลืน โดยการนำหลักการจัดและบริหารเชิงบูรณาการดังกล่าวข้างต้นมาใช้อย่างเหมาะสม

1.4 กลุ่มจังหวัดอันดามันควรส่งเสริมและฟื้นฟูกิจกรรมกีฬา การละเล่นพื้นบ้าน การแสดง ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่สามารถนำเสนอควบคู่กับมวยไทยได้อย่างลงตัว เช่น ศิลปะป้องกันตัวอย่างไทยทั้งกระบี่กระบอง ดาบ หอก ทวน โลหิต์ ดั้ง และเขน การควงพลองไฟ ห่วงไฟ และเชือก ตลอดจนศิลปะการแสดงโนราห์ หนังตะลุง และลิเกป่า เป็นต้น อย่างไรก็ตามกิจกรรมที่นำเสนอ นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องเป็นกิจกรรมเรียบง่ายและไม่มีสัมภาระมากมาย ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงสภาพดินฟ้าอากาศที่ไม่อำนวยซึ่งมักจะแปรเปลี่ยนเสมอในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย

1.5 กลุ่มจังหวัดอันดามันควรวางแผนรับมือกับสภาพดินฟ้าอากาศในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งภารกิจที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย การช่วยเหลือ และเอื้ออาทรต่อนักท่องเที่ยว เช่นการเตรียมการเกี่ยวกับเครื่องผลิตกระแสไฟ รม เสื้อกันฝน ตลอดจนบริการรถรับส่งนักท่องเที่ยวเมื่อฝนตก พายุฟ้าคะนอง และเหตุการณ์อื่น ๆ อันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ดูเหมือนจะเป็นเรื่องเล็กน้อยแต่ถ้าสามารถจัดและบริหารอย่างดีก็จะกลับกลายเป็นเสน่ห์ที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้ก็เท่ากับว่าเป็นการบริหารการตลาดไปในตัว

1.6 กลุ่มจังหวัดอันดามันควรจัดกิจกรรมมวยไทยให้สอดคล้อง ต่อเนื่อง และเชื่อมโยงอย่างเหมาะสมทั้งสถานที่ กิจกรรม และสภาพดินฟ้าอากาศ ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและใช้เวลาในกลุ่มจังหวัดอันดามันมากที่สุดเท่าที่จะมากได้

1.7 กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องสร้างความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

ด้านมวยไทย ทั้งในเรื่องธรรณีพิบัติ โรคติดต่อในช่วงฤดูฝน และการก่อการร้ายสากล เพราะสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

1.8 กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องตระหนักและให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการในทำนองลูกค้าคือพระเจ้า และขณะเดียวกันจะต้องยกระดับและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ “Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Stop Price” ตลอดจนนวัตกรรมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นโดยเฉพาะไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือนคือแพ็คเกจทัวร์ ลำดับที่ 8 “Andaman Ironman XL : A-I XL” ภายใต้ชื่อสินค้า “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” โดยใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Andaman Iron-man Super Fight” ให้เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในการเดินทางดันดันมาร่วมแข่งขันอย่างเนืองแน่นตลอดทั้งปี วิธีการหนึ่งที่จะส่งเสริมให้ตราผลิตภัณฑ์มีความแข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับคือการสร้างอัตลักษณ์ให้อันดามันเป็น “เมืองมวยไทย” ซึ่งอาจจะใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า “Muay Thai City” หรือ “Muay Thai Land” ก็ได้แล้วแต่ความเหมาะสม กล่าวคือให้ทุกหย่อมหญ้าของพื้นที่อันดามันเดียวรดาชไปด้วยค่ายมวยไทย เวทีมวยไทย กิจกรรมมวยไทย ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่สามารถเป็นเครื่องเคียงของมวยไทยได้เช่น กระบี่กระบอง การควงพลองไฟ เป็นอาทิ และแนวทางที่จะเป็นไปได้มากที่สุดก็คือส่งเสริมให้สถานศึกษาทั้งระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อุดมศึกษา ให้จัดค่ายมวยไทยหรือศูนย์ฝึกมวยไทยและมีการจัดกิจกรรมคือฝึกซ้อมและแข่งขันตลอดทั้งปี นอกจากนี้จะต้องส่งเสริมให้องค์การบริหารส่วนตำบลทุกตำบลในพื้นที่อันดามันจัดอุปกรณ์และสถานที่ออกกำลังกายซึ่งอาจจะเป็นเวทีหรือลานมวยไทยไว้ในสวนสาธารณะหรือสนามเด็กเล่นเพื่อเปิดโอกาสให้คนทุกชาติทุกภาษาได้ลิ้มลองรสชาติของมวยไทย หรือพูดกันง่าย ๆ ก็คือไม่ว่านักท่องเที่ยวจะเดินทางเยื้องย่างไปที่ไหนกวาดสายตาไปที่ใดในอันดามันก็เห็นแต่ค่ายมวย เวทีมวย และมีกิจกรรมมวยไทยเคลื่อนไหวตลอดเวลาจนกำหนดเป็นภาพในใจว่า “Andaman is the Real World of Muay Thai”

1.9 กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องเกิดให้มีการประสานงานกันระหว่างองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในการที่จะส่งเสริมมวยไทยให้เป็นสินค้าออกของพื้นที่อันดามันอย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องระดมทรัพยากรของกันและกันที่มีอยู่ทั้งในแง่ของของบุคลากร แหล่งทุน องค์ความรู้ ตลอดจนปัจจัยเกื้อหนุนอื่น ๆ อย่างเป็นระบบและเหมาะสม และเมื่อพูดถึงอันดามันแล้วแทบที่จะกล่าวได้ว่าเป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างครบถ้วนและค่อนข้างลงตัว ยกตัวอย่างเช่นด้านงบประมาณซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่ทุกโครงการจะต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 และขณะเดียวกันก็มักจะเป็นเป็น

ประเด็นและปัญหาที่ถกเถียงกันมากที่สุด แต่สำหรับการยกระดับมาตรฐานมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในอันดามันแล้วงบประมาณไม่ใช่เรื่องยากขึ้นอยู่กับว่าจะจัดการอย่างไรเท่านั้น อย่างน้อยที่สุดอันดามันก็ประกอบไปด้วยองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีรายได้อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวและมียอดรวมมากในระดับต้น ๆ ของประเทศ เช่นองค์การบริหารส่วนตำบลป่าตองและเชิงทะเล จังหวัดภูเก็ต องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางและสันตยาใหญ่จังหวัดกระบี่ และองค์การบริหารส่วนตำบลคึกคักบริเวณเขาหลักจังหวัดพังงา เป็นต้น นอกจากนี้สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ยังได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้จ่ายเป็นค่าสนับสนุนส่งเสริมกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อสุขภาพ (Sport for all) ของประชาชนและเยาวชนในพื้นที่ซึ่งเป็นเขตบริการวิชาการและวิชาชีพของสถาบันคือจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นเงินหลายล้านบาทต่อปี ซึ่งเงินก้อนนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการอนุรักษ์ ส่งเสริม และฟื้นฟูค่ายมวย เวทีมวย ตลอดจนจัดตั้งศูนย์ฝึกกีฬามวยไทยได้ทั่วอันดามันอีกด้วย

1.10. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมอันได้แก่การให้บริการที่ดี ราคายุติธรรม ส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม ง่ายต่อการจัดซื้อจัดหา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญที่สุดก็คือมีการร่วมมือในเชิงธุรกิจที่ชัดเจนตลอดจนมีองค์กรกลางเป็นตัวเชื่อมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1.11 กีฬาเพื่อการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจแห่งความสนุกสนานอิมเมจ (Fun business) ซึ่งเป็นที่มาของความสุข และจากการศึกษาของนักวิชาการด้านตลาดการกีฬา (Sport marketing) พบว่าความสุขที่ได้รับจากกีฬาเป็นความสุขที่เป็นธรรมชาติบริสุทธิ์และมหัศจรรย์ ที่สำคัญคือสามารถคำนวณ หล่อเลี้ยง และจรรโลงชีวิตมนุษย์ให้สามารถดำรงอยู่ได้และประสบความสำเร็จตามครรลองได้อย่างราบรื่น และสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะก่อให้เกิดความพึงใจไขว่คว้าและทุกครั้งที่มีโอกาสก็จะเข้าร่วมกิจกรรมโดยไม่รีรอซึ่งเราเรียกกันโดยทั่วไปว่า “ติดกีฬา” ด้วยเหตุนี้พื้นที่อันดามันจะต้องนำเสนอเนื้อหาสาระทุกแง่มุมเกี่ยวกับมวยไทยทั้งการชม การชก การฝึกหัดเรียนรู้ให้สอดคล้องและเป็นทีที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้พื้นที่อันดามันบรรจุกิจกรรมการเรียนรู้และฝึกมวยไทยทั้งในแง่ของมวยไทยอาชีพและกลยุทธ์มวยไทยเพื่อประยุกต์ใช้กับการต่อสู้ประเภทอื่นอันมีมวย K 1 และ Ultimate Fighting เป็นอาทิไว้ในโปรแกรมทัวร์ด้วย แต่ทั้งนี้ครูผู้ฝึกสอนควรจะเป็นอดีตนักมวยไทยระดับแชมป์โลกและมีทักษะในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษดีในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ควรจัดโปรแกรมท่องเที่ยวตามเส้นทางที่กำหนดในลักษณะของการท่องเที่ยววันเดียว (One day tour) จัดการแข่งขันมวยไทยระดับชิงแชมป์โลกให้นักท่องเที่ยวได้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้จัดกิจกรรมการแข่งขันชกมวยไทยที่แปลกใหม่ ตื่นเต้น และน่าสนใจแต่ยังคงรักษาไว้ซึ่งจารีตประเพณีมวยไทยไว้อย่างครบถ้วน และสิ่งที่จะขาดเสียไม่ได้ก็คือกิจกรรมไหว้ครูมวยไทย อาวุธมวยไทย แม่ไม้

มวยไทย ตลอดจนศิลปะการต่อสู้และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องคือกระบี่กระบอง การควงพลองไฟ ดนตรีมวยไทย การแสดงและการละเล่นพื้นบ้านโดยเฉพาะการรำโนราห์หรือยาได้ขาดแต่ทั้งนี้จะต้องจัดการนำเสนอได้อย่างเหมาะสมและลงตัว ส่วนทางด้านเวทีการแข่งขันก็ต้องเตรียมการเกี่ยวกับการเลือกสรรนักชกให้เหมาะสมกับที่เป็นกีฬาของลูกผู้ชายไทยคือรูปร่างต้องดีได้สัดส่วนบึกบึนแสดงให้เห็นว่าเป็นผู้ที่มีสมรรถภาพทางกายดีและควรเป็นมวยรุ่นใหญ่และการชกก็ควรอยู่ที่ 3-5 ยกแต่ทั้งนี้ต้องออกหมัดออกเข่าออกอาวุธที่ชัดเจนสนุกเร้าใจไม่เป็นมวยเต๋นให้หมดยกไป สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการพากษ์และการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นที่จำเป็นขณะชกแข่งขันบนเวทีจะต้องชัดเจนประกอบไปด้วยลีลาที่ตื่นเต้นเร้าใจ สนุกสนาน และสิ่งที่จะข้ามไปโดยไม่กล่าวถึงไม่ได้คือสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งถือเป็นกฎเกณฑ์สำคัญดอกหนึ่งและถ้าจัดการอย่างมีระบบที่ดีก็จะเป็นการส่งเสริมการตลาดได้อย่างพิเศษโดยที่ไม่ต้องโฆษณา ดังนั้นพื้นที่อันดามันจะต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วนและดีที่สุดสำหรับการดำเนินธุรกิจมวยไทยในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวบ่อย และสิ่งนี้นักท่องเที่ยวประสงค์จะได้รับเป็นอันดับต้น ๆ ได้แก่ทำเลที่ตั้งต้องเหมาะสมและถ้าเป็นไปได้ให้อยู่ในบริเวณซึ่งเป็นที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวเช่นชายหาดเป็นต้น นอกจากนี้เวทีต้องเป็นเวทีมาตรฐานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งห้องน้ำต้องสะอาด ที่นั่งชมต้องเหมาะสมสะดวกสบาย ที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มสะอาดถูกหลักอนามัย และมีชุดอุปกรณ์ดับเพลิงพอเพียงแก่การใช้ประโยชน์สิ่งนี้จะมีผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวและจะเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทำให้ให้ตรามวยไทยอันดามันแข็งแกร่งขึ้นอีกด้วย

2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของเครือข่ายระดับท้องถิ่นในการรองรับการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวบ่อย

2.1 กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องสนับสนุนให้สถาบันการศึกษาในท้องถิ่น อันได้แก่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตภูเก็ต มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต และสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่เป็นต้น ผลิติดุคกลางทางด้านกีฬามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้กับท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องเป็นบุคคลที่ได้รับการฝึกฝนมาอย่างดีและได้รับเกียรติบัตร ตลอดจนประกาศนียบัตรจากสถาบันหรือองค์กรวิชาชีพที่ได้รับการยอมรับจากคนทั่วไป นอกจากนี้ต้องเป็นผู้ประกอบไปด้วยจริยธรรม คุณธรรมและ จรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ ตลอดจนมีความสามารถในการสื่อสารทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาต่างประเทศอื่น ๆ และใช้สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อย่างเต็มที่เพื่อรองรับฤดูที่มีการท่องเที่ยวบ่อยที่จะมาถึง

2.2 กลุ่มจังหวัดอันดามันควรจัดทำโครงการเพื่อพัฒนาศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของพื้นที่ในภาพรวมและเป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติที่คุ้มทุนเพื่อนำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อฟื้นฟูโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ซึ่งได้รับความเสียหายอันเนื่องมาจาก

พิบัติภัยธรรมชาติอันมีเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยคลื่นสึนามิเป็นอาทิ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในพื้นที่อันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยที่จะมาถึงในระยะเวลาอันใกล้

2.3 กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องรณรงค์ให้ชุมชนตระหนักและเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลอดจนปลูกฝังให้เกิดจิตสำนึก รัก และหวงแหน ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และวิถีการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมให้คงอยู่กับท้องถิ่นตลอดไป เพราะสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนแต่เป็นสิ่งที่เกื้อกูลให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตลอดฤดูกาลได้เป็นอย่างดี

2.4 กลุ่มจังหวัดอันดามันควรผลักดันให้องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นออกระเบียบสำหรับนักท่องเที่ยวได้ถือปฏิบัติขณะที่ดำเนินชีวิตอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว กล่าวคือกำหนดข้อปฏิบัติหรือข้อตกลงขณะเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย และอื่น ๆ โดยยึดหลักความปลอดภัย การรักษาสภาพแวดล้อมธรรมชาติทั้งบนบกและทะเล การอนุรักษ์ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามของท้องถิ่น ตลอดจนการดำรงไว้ซึ่งวิถีการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมในแหล่งท่องเที่ยว

2.5 กลุ่มจังหวัดอันดามันควรส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าบ้านเปิดใจรับและให้บริการนักท่องเที่ยวแบบผสมผสานวัฒนธรรมไทยและมาตรฐานสากล ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้าน ตลอดจนให้เกิดการเอื้ออาทรช่วยเหลือจุนเจือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งก่อให้เกิดวัฒนธรรมผสมผสานในการอยู่ร่วมกันระหว่างเชื้อชาติในแหล่งท่องเที่ยว

2.6 กลุ่มจังหวัดอันดามันควรจัดทำโครงการเชิงรุกในการฟื้นฟู เสริมสร้าง และพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของคนในท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสริมสร้างพฤติกรรม การดำเนินชีวิต พฤติกรรมในการให้บริการและจิตสาธารณะ ตลอดจนการช่วยเหลือเกื้อกูลนักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาขณะดำเนินชีวิตในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาขีดความสามารถการท่องเที่ยวด้านมวยไทยขอพื้นที่อันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย

แนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถการท่องเที่ยวด้านมวยไทยของกลุ่มจังหวัดอันดามันคือจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ซึ่งมีพื้นที่และอาณาเขตติดต่อกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีทำเลที่ตั้งอยู่บนชายฝั่งทะเลเดียวกันควรจะใช้ยุทธศาสตร์การพัฒนาในภาพรวมเป็นไปในทางเดียวกันอย่างไรก็ตามเพื่อให้เกิดความหลากหลายทางธุรกิจการท่องเที่ยวควรจะมีการสร้างความแตกต่างในรายละเอียดปลีกย่อยของผลิตภัณฑ์ เสริมจุดแข็งที่แต่ละจังหวัดมีอยู่ ตลอดจนปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านมวยไทยในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยให้สมบูรณ์ดังนี้

3.1 การสร้างความแตกต่าง

เมื่อพิจารณาในภาพรวมการสร้าง ความแตกต่างระหว่างจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นไปค่อนข้างยาก ทั้งนี้เนื่องจากความคล้ายคลึงกันทางด้านลักษณะภูมิประเทศ ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว จะพบว่าจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่มีความแตกต่างในด้านต่าง ๆ พอสมควร ดังนั้นจึงสามารถหิบบกความแตกต่างบางแง่มุมมาเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาขีดความสามารถการท่องเที่ยวเชิงกีฬาโดยเน้นความแตกต่างดังนี้

1. จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงติดอันดับโลก จึงเปรียบพร้อมไปด้วยความเจริญทางด้านวัตถุอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดพังงาและกระบี่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวด้านมวยไทยของจังหวัดภูเก็ตส่วนหนึ่งจะเป็นชุมชนเมืองพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ดังนั้นควรจะเน้นการพัฒนาขีดความสามารถทางการจัดมหกรรมการแข่งขันชิงแชมป์มวยไทยในระดับสากลเป็นที่รู้จักและนิยมทั้งในหมู่คนไทยและชาวต่างประเทศให้โดดเด่น ซึ่งจังหวัดภูเก็ตมีสนามมวยที่เป็นมาตรฐานถึง 4 สนาม บางสนามมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวกว้างไกล เช่น สนามมวยสุวิทย์ิมส์ที่ฉลอง และสนามมวยป่าตองบ็อกซิ่งสเตเดียม (Patong Boxing Stadium) เป็นต้น ทั้งนี้จังหวัดภูเก็ตจะต้องจัดทำโครงการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของจังหวัดด้านการแข่งขันมวยไทยในเชิงรุกโดยผ่านสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ อาจจะมีการจัดตั้งสำนักงานการตลาด เพื่อจัดและดำเนินการเกี่ยวกับการตลาดที่เป็นระบบโดยมืออาชีพ การจัดการแข่งขันมวยไทยระดับนานาชาติอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นวัฒนธรรม และที่จะขาดเสียไม่ได้ก็คือ จังหวัดภูเก็ตจะต้องเสริมสร้างและพัฒนาตัวเองโดยการปรับผังเมืองใหม่ให้เป็นสัดส่วนสามารถสัญจรไปมาสะดวก ตลอดจนเตรียมความพร้อมทางด้านเครื่องอุปโภคและบริโภคไว้รองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยววันหยุดอีกด้วย

2. จังหวัดพังงาเป็นจังหวัดที่มีลักษณะโดดเด่นทางด้านลักษณะภูมิประเทศ ที่ประกอบไปด้วยเกาะน้อยใหญ่รายเรียงไปตามชายฝั่งทะเลอันดามัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหมู่เกาะสิมิลันและหมู่เกาะสุรินทร์ซึ่งมีชื่อเสียงในฐานะที่เป็นแหล่งดำน้ำทั้งตื้นและลึกที่มีชื่อเสียงระดับโลก ดังนั้นจังหวัดพังงาจะต้องเน้นการพัฒนาขีดความสามารถการท่องเที่ยวด้านการเรียนการสอนมวยไทยพื้นฐานสำหรับทัศนศึกษาดูงานให้โดดเด่นเป็นภาพลักษณ์เฉพาะตัว โดยการฟื้นฟูค่ายมวยพื้นฐานที่หยุดดำเนินการและเลิกไปให้กลับสมบูรณ์ดังเดิมควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์ในเชิงรุก โดยผ่านสื่อหลาย ๆ ทาง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ และเนื่องจากจังหวัดพังงาเป็นเมืองที่มีศิลปวัฒนธรรมเหนียวแน่น ดังนั้นจึงจำเป็นต้องส่งเสริมและดำรงรักษาไว้ซึ่งศิลปปะการต่อสู้พื้นบ้านอื่น ๆ เพื่อนำเสนอควบคู่กับมวยไทยตามโอกาสอันควร นอกจากนี้จะต้องอนุรักษ์ส่งเสริมการดำเนินชีวิตแบบ

ดั้งเดิมของคนในแหล่งท่องเที่ยวมวยไทย ทั้งนี้เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและเป็นกุศโลบายในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอีกด้วย

3. จังหวัดกระบี่เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีลักษณะโดดเด่นทางด้านลักษณะภูมิประเทศคล้ายกับจังหวัดพังงาในภาพรวม แต่ก็มี ความแตกต่างในความคล้ายคลึงในบางแง่มุม กล่าวคือจังหวัดกระบี่ประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งซึ่งเป็นศูนย์รวมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างหนาแน่นเช่นบริเวณหาดอ่าวนาง เกาะพีพี และเกาะลันตา เป็นอาทิ โดยเฉพาะที่หาดอ่าวนางจะพรุ้งพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวอย่างหลากหลายและครบวงจร และถือว่าเป็นศูนย์กลางของธุรกิจการท่องเที่ยวที่สำคัญของพื้นที่อันดามันอีกแห่งหนึ่ง ดังนั้นจึงสามารถจัดกิจกรรมด้านมวยไทยได้อย่างหลากหลายเช่นเดียวกับหาดป่าตองจังหวัดภูเก็ต อย่างไรก็ตามเนื่องจากจังหวัดกระบี่เป็นที่ตั้งของสถาบันการพลศึกษาซึ่งมีหน้าที่ผลิตบุคลากรด้านพลศึกษาและกีฬาโดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนด้านมวยไทยมาเป็นระยะเวลากว่า 30 ปี จึงพร้อมไปด้วยอาคาร สถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ และบุคลากรซึ่งเป็นครูมวยไทยชั้นแนวหน้า ตลอดจนผู้ฝึกสอนซึ่งคือนักชกที่ครองเข็มขัดระดับแชมป์โลกมวยไทยหลายยุคหลายสมัยเป็นจำนวนมาก กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่จัดเป็นค่ายมวยไทยที่ใหญ่ที่สุดในพื้นที่อันดามันก็ว่าได้ ด้วยเหตุนี้จังหวัดกระบี่ควรจะเน้นการพัฒนาขีดความสามารถจัดการท่องเที่ยวด้านการเรียนการสอนมวยไทยที่เป็นรูปแบบชัดเจนเช่น หลักสูตรประกาศนียบัตรมวยไทยที่เทียบเท่าอนุปริญญา บริญญาตรี บริญญาโท และบริญญาเอก ตลอดจนหลักสูตรระยะสั้น 30 ชั่วโมง 60 ชั่วโมง และ 90 ชั่วโมง ซึ่งเมื่อเรียนสำเร็จตามหลักสูตรแล้วได้รับประกาศนียบัตรจากสถาบันการพลศึกษาและผ่านการรับรองโดยสภามวยไทยโลกเป็นต้น

3.2 การเสริมจุดแข็ง

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจะเห็นว่าการดำเนินธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยวซึ่งหมายรวมถึงมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวด้วย ของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ถึงแม้ว่าจะประสบความสำเร็จด้วยดีในระดับหนึ่ง อันเนื่องมาจากจุดแข็งที่เอื้อต่อการบริหารจัดการธุรกิจดังกล่าวก็ตาม แต่ก็มีจุดอ่อนบางประการที่ทำให้โอกาสในการขยายตัวทางธุรกิจทั้งในแนวตั้งและแนวนาบลดลง นอกจากนี้การจัดและบริหารงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ยังต้องต่อสู้กับอุปสรรคนานัปการได้แก่ความผันผวนทางเศรษฐกิจโลก มาตรการกีดกันการค้าบางประเทศ ความขัดแย้งระหว่างประเทศและการก่อการร้ายสากล โรคระบาดเช่นโรคซาร์ส กฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่ล้าสมัย ความสามารถในการเจรจาทางการค้า และการต่อสู้คดีระหว่างประเทศ ตลอดจนความลึกลับในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงเป็นต้น ดังนั้นจึงจำเป็นต้อง

เสริมจุดแข็งและในขณะเดียวกันก็ต้องขจัดจุดอ่อนและอุปสรรคต่าง ๆ ออกไปให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ดังนี้

1. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องร่วมมือจัดทำแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาพื้นที่อันดามันร่วมกันอย่างจริงจัง โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องระดมสรรพกำลังจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องศึกษาหาข้อมูลโดยใช้การวิจัยและนักวิจัยมืออาชีพที่มีประสบการณ์ออกแบบงานวิจัยพัฒนามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

2. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องฟื้นฟูและพัฒนาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมตลอดจนเพิ่มสมรรถนะในการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวด้านมวยไทยให้หลากหลายและโดดเด่นมีชื่อเสียงในระดับโลก

3. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมประเพณีตลอดจนการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมของชุมชนในแหล่งการท่องเที่ยวด้านมวยไทยให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ทั้งนี้เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวและรองรับกระแสโลกในเรื่องสิ่งแวดล้อม คุณภาพชีวิต และการพัฒนาที่ยั่งยืน

4. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องระดมสรรพกำลังในการพัฒนาและผลิตบุคลากร ตลอดจนจัดตั้งหน่วยฝึกอบรมปฏิบัติงานและศูนย์พัฒนามาตรฐานมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์กับสถาบันการอุดมศึกษาในท้องถิ่นคือสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตภูเก็ต และมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต โดยเน้นการพัฒนาทั้งทางด้านนักมวย ผู้ฝึกสอน กรรมการ มัคคุเทศก์ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องรณรงค์และส่งเสริมให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวด้านมวยไทย มีโอกาสในการเรียนรู้และเข้าใจธรรมชาติของมวยไทย ฝึกฝนทักษะการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร ตลอดจนได้รับการปลูกจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการให้บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวแบบผสมผสานวัฒนธรรมไทยและมาตรฐานสากล

6. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องเปิดโอกาสและส่งเสริมภาคเอกชนให้ลงทุนกิจการสาธารณะด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาซึ่งหมายรวมถึงมวยไทยด้วยอย่างหลากหลายโดยเน้นการวางรากฐานทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งมั่นคงส่งผลให้ได้รับการสนับสนุนและส่งผลกระทบเชิงนโยบายจากรัฐ

7. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดและบริหารงานด้านการท่องเที่ยวด้านมวยไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องปลูกจิตสาธารณะในการสอดส่องดูแลความปลอดภัย และการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวแก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวในฐานะเจ้าบ้านที่ดี

8. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องส่งเสริมให้ภาครัฐและเอกชนพึ่งพิงแรงงานต่างด้าวอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ก่อให้เกิดความเป็นธรรมและการเกื้อกูลระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะมีผลทั้งโดยตรงและโดยอ้อมต่อการนำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้สำเร็จตามประสงค์

9. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมแก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวด้านมวยไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งปลูกจิตสำนึกของประชาชนให้ดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามรอยพระยุคลบาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดปัญหาค่าครองชีพและยกระดับคุณภาพชีวิตให้สูงขึ้น

10. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องส่งเสริมให้ภาคเอกชนลงทุนธุรกิจด้านการท่องเที่ยวด้านมวยไทยโดยเน้นการอนุรักษ์กีฬาและการละเล่นแบบไทย สิ่งแวดล้อม ศิลปกรรมท้องถิ่น ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามและวิถีชีวิตท้องถิ่นดั้งเดิม

11. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องเสาะแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวด้านมวยไทยที่อยู่ในบริเวณชุมชน ซึ่งเป็นจุดศูนย์รวมของนักท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางไปมาง่ายและสะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปกลับที่พักได้ภายในวันเดียว

3.3 การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านมวยไทยของกลุ่มจังหวัดอันดามันให้เข้าสู่มาตรฐานสากลนั้น นอกจากจะเน้นที่ประเด็นยุทธศาสตร์การสร้างความแตกต่างและการเสริมจุดแข็งดังกล่าวแล้ว การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานซึ่งเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้มีคุณภาพสามารถใช้ประโยชน์ได้เต็มสมรรถนะก็เป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่ง ดังนั้นกลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องร่วมแรงร่วมใจพิจารณากำหนดนโยบายในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานในลักษณะกิจการสาธารณะ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวมดังต่อไปนี้

1. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยให้จังหวัดภูเก็ตซึ่งมีความพร้อมเป็นศูนย์กลาง ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและเพิ่มศักยภาพในการจัดและบริหารงาน ตลอดจนให้บริการแก่นักท่องเที่ยวซึ่งจะมีผลต่อการเพิ่มระยะเวลาพำนักในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่โดยเฉลี่ยยาวนานขึ้นกว่าเดิม ผลที่ตามมาก็คือเกิดกระแสเงินหมุนเวียนอยู่ในพื้นที่เพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว

2. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องพัฒนาด้านสาธารณสุขโดยการจัดตั้งศูนย์บริการสุขภาพเพื่อการท่องเที่ยว และขอความร่วมมือเชิงกลยุทธ์จากโรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชน ตลอดจนคลินิกทันตกรรมต่าง ๆ ให้เข้าร่วมโครงการ โดยเน้นบริการทางด้านกายภาพบำบัด บริการด้านสุขภาพและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่มีคุณค่า ตลอดจนเร่งพัฒนาให้เป็นธุรกิจสุขภาพสู่มาตรฐานสากล

3. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องพัฒนาด้านคมนาคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งพัฒนาท่าอากาศยานภูเก็ตและท่าอากาศยานกระบี่เป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาค และที่สำคัญคือต้องปรับปรุงและขยายห้องผู้โดยสารขาออกระหว่างประเทศ ขยายลานจอดอากาศยาน ขยายความยาวทางวิ่งและทางขับให้สามารถรองรับอากาศยานขนาดใหญ่พิสัยไกลได้ นอกจากนี้จะต้องพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกให้เป็นทางหลวง 4 ช่องจราจร โดยเฉพาะทางหลวงหมายเลข 4 ที่พาดผ่านจังหวัดจังหวัดพังงา จังหวัดกระบี่ และจังหวัดตรัง เส้นทางคมนาคมทางเรือก็สิ่งสำคัญที่กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องให้ความสำคัญและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องสร้างและพัฒนาท่าเทียบเรือท่องเที่ยวในพื้นที่ให้ได้มาตรฐานอย่างน้อย 9 แห่งด้วยกันคือท่าเทียบเรืออ่าวปอและราไวย์ จังหวัดภูเก็ต ท่าเทียบเรือคุระ บ้านทุ่งละออง ทับละมู และอ่าวพังงา จังหวัดพังงา ท่าเทียบเรือบ้านแหลมหิน บ้านแหลมสัก และเกาะพีพี จังหวัดกระบี่

4. ปรับปรุงและพัฒนาผังเมือง โดยการจัดทำผังเมืองเฉพาะแหล่งชุมชนท่องเที่ยวด้านมวยไทยให้สามารถประกาศบังคับใช้ตามกฎหมายได้แก่ผังเมืองชุมชนเมืองภูเก็ต ปาดอง เชิงทะเล กมลา ฉลอง ราไวย์ วิชิต เกาะแก้ว รัชฎา กะทู้ ไม้ขาว สาครู เทพกระษัตริ ป่าครอก และศรีสุนทร จังหวัดภูเก็ต ชุมชนทับละมู เขาหลัก ท้ายเหมือง เกาะยาว คลองเคียน และเกาะเขาต่อจังหวัดพังงา ชุมชนเกาะลันตาใหญ่ อ่าวนาง หนองทะเล และชุมชนศรีบอยาจังหวัดกระบี่

5. กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องระดมสรรพกำลังจากภาคส่วนต่าง ๆ ในการฟื้นฟู พัฒนา และยกระดับมาตรฐานค่ายมวย เวทีมวย และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในชุมชนซึ่งเป็นแหล่งธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่จะเข้ามาสู่พื้นที่อันดามันทั้งฤดูกาลท่องเที่ยวและฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย อย่างไรก็ตามเพื่อให้เป็นไปได้ในเชิงปฏิบัติอาจจะดำเนินการในพื้นที่ที่ต้องใช้ประโยชน์เร่งด่วนเช่นอยู่ในพื้นที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวและมีความพร้อมก่อน หลังจากนั้นจึงพัฒนาส่วนที่เหลือตามลำดับอย่างค่อยเป็นค่อยไปแต่ต้องให้ใช้ประโยชน์ได้ทันเวลา

4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

4.1 ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยโดยแยกเป็นประเภทกีฬาและให้เน้นพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะชนิดหรือประเภทกีฬาในร่มหรือที่สามารถทำสนามเทียมและแข่งขันในร่มได้ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงสภาพดินฟ้าอากาศที่แปรปรวนในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย ที่สำคัญที่สุดก็คือต้องเป็นกีฬาที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวเช่น วอลเลย์บอลชายหาด และกีฬาพื้นเมืองอื่น ๆ เป็นต้น

4.2 ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับนุพบัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยอันดามันในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อย

5. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในวงการธุรกิจและการศึกษา

เนื่องจากการทำวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยองค์ความรู้ที่หลากหลายทั้งในแง่ของเนื้อหาสาระและระเบียบวิธีที่ใช้ในการวิจัย ดังนั้นเพื่อให้ผู้อ่านได้รับประโยชน์สูงสุดจากรายงานวิจัยฉบับนี้ จึงจัดประชุมกลุ่มย่อยอีกครั้งหนึ่งโดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิชุดเดียวกับผู้พิจารณาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจจำนวน 29 ท่าน (จากทั้งหมด 45 ท่าน) ทั้งนี้เพื่อประมวลสรรพความรู้ต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้เป็นหมวดหมู่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ผู้อ่านเกิดความคิดรวบยอดเกี่ยวมวยไทยและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องในฐานะที่ได้รับการหยิบยกให้เป็น "นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน" อย่างชัดเจนที่สำคัญคือสามารถเลือกสรรองค์ความรู้และข้อค้นพบต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของอันดามันและพื้นที่อื่นได้อย่างเป็นมรรคเป็นผล นอกจากนี้ยังเป็นการเปิดโอกาสให้นักเรียนนักศึกษาได้ใช้ประโยชน์ในการค้นคว้าหาความรู้ ประกอบการเรียนการสอนตามหลักสูตรได้อย่างกว้างขวางอีกด้วย

เมื่อพิจารณาจากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาในภาพรวมจะเห็นว่ามวยไทยอันดามันซึ่งเป็นมวยเชื้อไชยายังเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวและจากการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาพบว่ามีอุปสรรคและปัญหาบ้างแต่ก็ไม่ใช่ประเด็นสำคัญ ขณะเดียวกันอันดามันยังมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่สามารถตอบสนองการดำเนินธุรกิจดังกล่าวทั้งที่เป็นโอกาสและอุปสรรคได้ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ใกล้เคียงมวยไทยอันดามันยังมีตำแหน่งทางการแข่งขันดีกว่า ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าพื้นที่อันดามันยังคงสามารถดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีและมีโอกาสประสบความสำเร็จสูงถ้าได้รับการจัดและบริหารที่ถูกต้องวิธีโดยไม่วินิจฉัยว่าเป็นฤดูกาลใด

และเพื่อให้ความใฝ่ฝันคือความสำเร็จด้านธุรกิจดังกล่าวเหยิบเข้าไปใกล้กับความจริงผู้วิจัยใคร่ขอเสนอแนะนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ความรู้เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย (Green Season) พื้นที่อันดามันที่สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เป็น 5 ประการอันได้แก่เส้นทางท่องเที่ยว (Route) โปรแกรมทัวร์ (Tour Package) เรื่องเล่า (Tell Story) การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) และแนวทางบริหารจัดการเพื่อยกระดับมวยไทยสู่ตลาดการค้าสากลโดยเฉพาะอย่างยิ่งให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลพื้นที่อันดามันในระยะอันใกล้นี้ และผู้วิจัยหวังไว้อย่างลึก ๆ ว่าอย่างน้อยที่สุดขอให้ทันได้เข้าแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดอันดามันระยะที่ 7 ปีพุทธศักราช 2557 – 2560

5.1 เส้นทางทางท่องเที่ยว

จากการศึกษาโดยกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique) โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งสิ้นจำนวน 25 คน พบว่าเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุดมีทั้งสิ้น 15 เส้นทาง อยู่ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต 4 เส้นทาง จังหวัดพังงา 5 เส้นทางและจังหวัดกระบี่ 6 เส้นทาง อย่างไรก็ตามจากการประชุมกลุ่มย่อยของผู้ทรงคุณวุฒิด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันได้เสนอแนะว่าในระยะแรกเริ่มนี้ควรเลือกเส้นทางที่อยู่ในย่านที่เป็นที่ชุมนุมของนักท่องเที่ยว มีความพร้อมตลอดจนสะดวกในการเดินทางในช่วงฤดูที่สภาพดินฟ้าอากาศแปรปรวน โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรเป็นเส้นทางที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ดังนั้นการศึกษาครั้งนี้จึงได้กำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ในส่วนของเส้นทางท่องเที่ยวเป็น 5 เส้นทางโดยอยู่ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต 3 เส้นทาง และจังหวัดกระบี่ 2 เส้นทาง ส่วนจังหวัดพังงาไม่มี ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลป่าตอง อำเภอกระบี่ จังหวัดภูเก็ต
2. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลราไวย์ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะบริเวณถนนไผ่สวน และถนนปูกัก
3. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลฉลอง อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะบริเวณซอยตาเอียด และถนนเจ้าฟ้า
4. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่
5. เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองยาง ตำบลเกาะกลาง ตำบลเกาะลันตาใหญ่ และตำบลศาลาด่าน โดยเฉพาะบริเวณหมู่บ้านคลองดาว อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

5.2 โปรแกรมทัวร์

ผู้วิจัยและคณะภายใต้คำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นสาขาต่าง ๆ ได้นำองค์ความรู้ซึ่งเป็นผลจากการสนทนากลุ่มย่อย การระดมสมองเกี่ยวกับภูมิหลัง ปัญหา สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากกระบวนการเดลฟายเทคนิค ตลอดจนข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์จากบุคลากรที่เกี่ยวข้องมาหลอมรวมและบูรณาการเป็นแพ็คเกจทัวร์จำนวน 8 รายการ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามันที่สร้างขึ้น (ดังรายละเอียดในภาคผนวก ก) หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำแพ็คเกจทัวร์ดังกล่าวไปนำเสนอให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 4 สัญชาติประกอบด้วยสัญชาติออสเตรเลีย แคนาดา เนเธอร์แลนด์ เยอรมัน และฝรั่งเศส ซึ่งเป็นผู้ใช้สินค้าโดยตรงให้แสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ และชื่นชมแพ็คเกจทัวร์ดังกล่าว โดยผู้วิจัยและคณะได้สร้างแบบสอบถามขึ้นประกอบด้วยตอนย่อย ๆ 3 ตอน ตอนที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ

การดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย และตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแพ็คเกจทัวร์ทั้ง 8 โดยเน้นให้พิจารณา 3 ประเด็น อันได้แก่คุณภาพผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการขาย ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ถูกตาต้องใจใคร่ขอใคร่หาของ นักท่องเที่ยว ปรากฏว่านักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายพึงพอใจทั้งตัวผลิตภัณฑ์คือแพ็คเกจทัวร์ (Product) ราคา (Price) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ทุก รายการซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แพ็คเกจทัวร์

ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

จำนวน 8 รายการซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรม

เชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามันที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้

1. Andaman One day Two Camps Muay Thai trip (Friday and Saturday only)
2. Two Days One Night Ancient Muay Thai. Trip
3. Andaman Fight Night Tour (every day)
4. Andaman Super Fight Boxing Show (Friday and Saturday only)
5. Muay Thai Andaman Study and Training Camp.
 - 5.1 Basic course 90 hours (Silver Mongkon)
 - 5.2 advance course 90 hours (Golden Mongkon)
 - 5.3 Professional course 90 hours (diamond Mongkon)
6. Diploma in Muay Thai Andaman
7. Muay Thai Andaman for Special Purpose and Tour (90 hours)
8. Andaman Ironman Super Fight XL (A- I XL)

5.3 เรือเช่า

การดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวทุกแขนงซึ่งหมายรวมถึงมวยไทยด้วยนอกจากจะประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานซึ่งเป็นที่ทราบกันดีแล้วนั้น ปัจจัยหนึ่งที่ควรหยิบยกขึ้นมาพิจารณาความสำคัญในอันดับต้น ๆ ก็คือเรือเช่าที่มีเนื้อหาเหมาะสมและมีคุณค่าต่อการนำเสนอ นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นลูกค้าหรือแฟนแล้วแต่จะเรียก ดังนั้นผู้วิจัยและคณะจึงได้นำเนื้อหาเกี่ยวกับเรือเช่าทางด้านมวยไทยบรรจุไว้ในแบบสอบถามตามกระบวนการเดลฟายเทคนิค ปรากฏว่า

ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันเป็นไปในระดับมากให้นำเสนอเรื่องราวต่อไปนี้ (รายละเอียดในภาคผนวก ข) เป็นเรื่องเล่าสำหรับมัคคุเทศก์และเพื่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงปฏิบัติและง่ายต่อการนำไปใช้ผู้วิจัยและคณะได้กำหนดเรื่องเล่าดังกล่าวในรูปแบบของการโต้ตอบระหว่างนักท่องเที่ยวกับมัคคุเทศก์ นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญตามกระบวนการเดลฟายเทคนิคโดยความเห็นชอบของผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นยังเสนอแนะให้นำกีฬาไทยอีก 2 ประเภทที่มีความสนุกสนานแปลกตาตื่นใจที่สำคัญคือสามารถนำเสนอควบคู่กับมวยไทยได้อย่างลงตัวไม่จำกัดสถานที่และวันเวลา ดังนั้นผู้วิจัยและคณะจึงได้บรรจุกีฬาตะกร้อและวอลเลย์บอลในแพ็คเกจทัวร์เพื่อยืดหยุ่นให้เหมาะสมและได้นำเรื่องราวของกีฬาทั้ง 2 ประเภทมาผูกเป็นเรื่องเล่าตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นแนะนำอีกด้วย (รายละเอียดในภาคผนวก ข)

สำหรับประเด็นสำคัญเกี่ยวกับมวยไทยที่นำมาผูกเป็นเรื่องเล่าสำหรับมัคคุเทศก์ประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ไม่ตายในกีฬามวยไทยสำหรับพิชิตคู่ต่อสู้ให้อยู่หมัด
2. กระบวนยุทธ์และการออกอาวุธในกีฬามวยไทย
3. การไหว้ครูเพื่อแสดงความกตัญญูก่อนการแข่งขันมวยไทย
4. การทำให้คู่ต่อสู้ถูกนับ 10 คือชัยชนะเด็ดขาดในกีฬามวยไทย
5. มวยไทยเป็นศิลปะแบบดั้งเดิมที่ต้องฝึกด้วยความอดทน

5.4 การประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์นับว่าเป็นสิ่งสำคัญไม่น้อยไปกว่าปัจจัยด้านการตลาดอื่น ๆ ทั้งนี้ก็เพราะว่าการประชาสัมพันธ์จะเป็นกระบอกเสียงว่าเราทำอะไร ที่ไหน เมื่อไหร่ และอย่างไร จากการศึกษาของนักวิชาการทางด้านตลาดการกีฬาพบว่า การประชาสัมพันธ์มีส่วนส่งเสริมให้ส่วนประสมทางการตลาดคือ 4Ps มีความสมบูรณ์แบบและมีพลังอำนาจในการเพิ่มยอดขายได้อย่างชัดเจน ดังนั้นการทำตลาดทางด้านธุรกิจกีฬาได้เล็งเห็นความสำคัญของการประชาสัมพันธ์จึงได้เพิ่มเป็นอีก 1 ปัจจัยรวมเป็น 5 ปัจจัยและเรียกเสียใหม่ว่า “The Five Ps in Sport Marketing Mix” ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) สำหรับการศึกษาครั้งนี้พบว่าผู้เชี่ยวชาญตามกระบวนการเดลฟายเทคนิคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์มวยไทยที่สอดคล้องกันมากเป็นไปในระดับมากที่สุดมี 7 ข้อจึงได้กำหนดประเด็นสำคัญดังกล่าวเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์มวยไทยอันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ส่งครูมวยไปสอนในต่างประเทศ

2. ส่งนักมวยที่มีชื่อเสียงไปชกในต่างประเทศ
3. เน้นการสร้างภาพลักษณ์ของมวยไทยอันดามัน
4. ทำโรดโชว์ (Road Show) ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย
5. ให้ลูกค้ารับรู้และคุ้นเคยตรา “ศึยกอดคนเหล็กอันดามัน”
6. กระตุ้นให้ทดลองและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย
7. ผ่านสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ในต่างประเทศ

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญบางท่านยังได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่าเพื่อให้การประชาสัมพันธ์มวยไทย

อันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยได้ผลในเชิงปฏิบัติจึงควรดำเนินการเชิงรุกดังต่อไปนี้

1. ประสานไปยังสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ สถานเอกอัครราชทูตไทยในต่างประเทศ สถานกงสุลไทยในต่างประเทศ และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศในการขอความร่วมมือประชาสัมพันธ์มวยไทยอันดามันซึ่งอาจจะเป็นการสาธิตหรือชกแข่งขันแล้วแต่กรณีในเทศกาลสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง ตลอดจนงานบุญต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในวัดไทยในต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจใคร่รู้และติดตามชมและเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยในพื้นที่อันดามันต่อไป

2. จัดทำโปสเตอร์มวยไทยอันดามันและประสานไปยังร้านอาหารไทยในต่างประเทศ บริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ สถานเอกอัครราชทูตไทยในต่างประเทศ สถานกงสุลไทยในต่างประเทศ และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศ ในการปิดประกาศและประชาสัมพันธ์โปสเตอร์ดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าออกเพื่อช้อปปิ้งและปฏิบัติภารกิจอื่น ๆ ได้เรียนรู้จดจำและซึมซับมวยไทยอันดามันไว้ในหัวใจและพร้อมที่จะเข้าร่วมกิจกรรมเมื่อมีโอกาสมาเยือนพื้นที่อันดามัน

3. ประสานสายการบินไทยและสายการบินต่างประเทศทุกสายเพื่อขอเสนอวีดีทัศน์เกี่ยวกับการแข่งขันชกมวยไทยที่ดูเด็ดในเวทีสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการชกเพื่อแข่งขันชิงแชมป์โลกมวยไทยรุ่นต่าง ๆ ซึ่งจัดขึ้นบ่อยมากในพื้นที่อันดามัน และการนำเสนอจะต้องเป็นการนำเสนอข้อมูลใหม่ทันต่อเหตุการณ์และเปลี่ยนทุกสัปดาห์ ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้คุ้นเคยและติดหูติดตาภาพและเรื่องราวเกี่ยวกับมวยไทยอันดามัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงใหญ่โตลงการเป็นเหตุจูงใจใคร่เข้าร่วมกิจกรรม

4. ประสานไปยังศาลากลางจังหวัด โรงแรมที่พัก สนามกีฬา สถาบันการพลศึกษา สมาคมกีฬาจังหวัด ศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปิดประกาศโปสเตอร์มวยไทยอันดามัน ที่สำคัญที่สุดคือ

ประสานกับโรงแรมเพื่อนำเสนอมวยไทยอันดามันโดยผ่านเคเบิลทีวีท้องถิ่นซึ่งใช้กันอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน

5. ประชาสัมพันธ์ผ่านระบบการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) ซึ่งมีหลักการง่าย ๆ คือประชาสัมพันธ์มวยไทยอันดามันโดยผ่านกลยุทธ์ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าคือนักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบทั้งการโฆษณา การจัดกิจกรรมการตลาดเช่นการทำเว็บไซต์และการออกร้านสินค้า การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ จุดขาย ตลอดจนการทำตลาดผ่านทางโทรศัพท์และเวปไซด์เป็นต้น และจากกรศึกษาพบว่าการประชาสัมพันธ์โดยผ่านกลยุทธ์ดังกล่าวสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกสูงต่อการดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบ

6. หลังจากที่ดำเนินธุรกิจได้ระยะหนึ่งกลุ่มจังหวัดอันดามันควรมีรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีเป็นของตนเองคือ “Muay Thai Andaman Chanel” ทั้งนี้เนื่องจากคนที่อยู่ในโลกไร้พรมแดน (World Wide) อย่างเช่นในปัจจุบันจะใช้เวลาไปกับรายการบันเทิงประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะประเภทสารคดีทางโทรทัศน์เป็นจำนวนมากโดยไม่เลือกเพศและวัย ดังนั้นช่องทางนี้ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารถประชาสัมพันธ์มวยไทยอันดามันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.5 แนวทางบริหารจัดการเพื่อยกระดับมวยไทยสู่ตลาดการค้าสากลโดยเฉพาะอย่างยิ่งให้เกิดการกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลพื้นที่อันดามัน

กลุ่มจังหวัดอันดามันหรือจังหวัดในพื้นที่อันดามันโดยนัยของการศึกษาคั้งนี้หมายถึง จังหวัดภูเก็ต จังหวัดพังงา และจังหวัดกระบี่ และถ้าพูดกันด้วยหลักการแล้วทั้ง 3 จังหวัดต่างก็มีการบริหารจัดการพื้นที่เป็นเอกเทศของตนเองตามนโยบายจังหวัดหรือโอของรัฐบาล แต่ถ้าพูดถึงในเชิงปฏิบัติแล้วทั้งสามจังหวัดได้รวมตัวกันเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาพื้นที่ติดต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนานทั้งในรูปของโครงการความร่วมมือ โครงการเครือข่าย ตลอดจนโครงการประสานงาน และที่เห็นได้ชัดเจนก็คือทั้ง 3 จังหวัดได้กำหนดให้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด (กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน : ภูเก็ต พังงา กระบี่) ติดต่อกันมา 5 ระยะ และระยะนี้เป็นระยะที่ 6 (พุทธศักราช 2550 – 2554) ยุทธศาสตร์นี้ได้สร้างความเจริญให้พื้นที่อันดามันมากมายทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งมุ่งเน้นส่งเสริมและพัฒนาอาชีพซึ่งเป็นที่มาของรายได้หลักของคนในพื้นที่อันได้แก่ภาคการท่องเที่ยวและภาคการเกษตรกรรม ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่าทั้ง 3 จังหวัดมีความสัมพันธ์กันอย่างแน่นแฟ้นทั้งทางด้านชาติพันธุ์ พื้นที่ เศรษฐกิจ ตลอดจนแนวความคิดที่คล้ายคลึงกันที่สำคัญคือเป็นความสัมพันธ์ที่เป็นวิถีชีวิตและมีผลประโยชน์ร่วมกันเป็นระยะเวลายาวนานตั้งแต่บรรพบุรุษ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นการง่ายที่ทั้ง 3 จังหวัดจะดำเนินกิจการใด ๆ ร่วมกันและมีโอกาส

ประสบความสำเร็จสูงโดยเฉพาะอย่างยิ่งกิจการงานที่มีการใช้ทรัพยากรร่วมกันอันมีธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอาทิ เพียงแต่ร่วมแรงร่วมใจกันและใช้วิธีบริหารจัดการที่เหมาะสมก็สามารถนำพาพื้นที่อันดามันซึ่งสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทั้งปวงไปสู่ความสำเร็จในทุก ๆ ด้านที่สำคัญคือยื่นหยัดบนเวทีโลกได้อย่างสง่างามสมดังวิสัยทัศน์ของกลุ่มที่ว่า “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับโลกและเป็นประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจเอเชียได้”

สำหรับการศึกษาในส่วนนี้ผู้วิจัยได้จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ผู้ทรงคุณวุฒิ ภูมิปัญญา และนักวิชาการจากสถาบันการศึกษาท้องถิ่นได้ข้อสรุปเป็น 2 ประเด็นคือประเด็นที่ 1 ศึกษาด้านการบริหารองค์กร (Administration) และประเด็นที่ 2 ศึกษาด้านการจัดการตลาด (Marketing Management) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

5.5.1 ด้านการบริหารองค์กร

ผู้ทรงคุณวุฒิ ภูมิปัญญา และนักวิชาการจากสถาบันการศึกษาท้องถิ่นได้เสนอแนะให้กลุ่มจังหวัดอันดามันดำเนินการด้านการบริหารองค์กรดังต่อไปนี้

1. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องจัดตั้งองค์กรทางด้านบริหารในลักษณะขององค์กรแบบร่วมแรงร่วมใจ (Cooperative Organization) โดยส่วนหนึ่งให้ใช้ชื่อว่า “สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน” แต่ก็มีส่วนหนึ่งให้ชื่อคิดว่าไหน ๆ ก็ทำแล้วให้จัดตั้งเป็น “Muay Thai Andaman Development Authority” ทั้งนี้เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารแต่ก็ยังไม่ได้ตกลงเป็นเอกฉันท์ อย่างไรก็ตามให้เกิดการการครบวงจรทางธุรกิจที่ประชุมเห็นสมควรให้ดำเนินการเกี่ยวกับ “มูลนิธิมวยไทยอันดามัน” “สถาบันมวยไทยอันดามัน” และที่สำคัญคือจัดตั้ง “หน่วยงานทางด้านการตลาดแบบเบ็ดเสร็จ” (One Stop Service Marketing Unit) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสมาคมดังกล่าวเสียคราวเดียวกันและการได้มาซึ่งองค์กรเหล่านี้จะต้องตั้งต้นจาก “โครงการเฉพาะกิจเพื่อยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน” ซึ่งได้รายงานไว้ในบทที่ 4 อย่างละเอียดแล้ว เมื่อตกลงกันเป็นที่เรียบร้อยแล้วก็ให้ทำบันทึกความเข้าใจ (Memorandum of Understanding : MOU) ระหว่างกันโดยให้สถาบันอุดมศึกษาในท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการ ขณะที่ยังไม่ได้จัดตั้งองค์กรขอให้ผู้ว่าราชการจังหวัดคนใดคนหนึ่งเป็นประธานคณะกรรมการหรือจะเรียกเป็นอย่างอื่นก็ได้ตามความเหมาะสมทั้งนี้เพื่อให้ได้มาซึ่งคำสั่งเพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินการต่อไป

2. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องจัดทำโครงสร้างในการบริหารงานแบบร่วมแรงร่วมใจ (Cooperative Administration) เช่นกันซึ่งที่ประชุมได้เขียนเป็นร่างเพื่อการปรับเปลี่ยน (Blueprint

for Change) เกี่ยวกับผู้บริหารองค์กรว่าควรประกอบด้วยบุคลากรใน 3 จังหวัดจำนวน 15 คน ดังนี้

- 2.1 ผู้ว่าราชการจังหวัด 3 คน
 - 2.2 ประธานหอการค้า 3 คน
 - 2.3 ประธานสภาอุตสาหกรรม 3 คน
 - 2.4 นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว 3 คน
 - 2.5 นายองค์การบริหารส่วนจังหวัด 3 คน
 - 2.6 ผู้แทนชุมชนผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดละ 1 คน
- รวม 3 คน

โดยให้ผู้ว่าราชการจังหวัดทั้ง 3 จังหวัดหมุนเวียนเปลี่ยนกันเป็นประธานบอร์ด (Board) ในกรณีที่ตั้งตั้งเป็น “Muay Thai Andaman Development Authority” และเป็นนายกสมาคมกิตติมศักดิ์หรือตำแหน่งอื่นใดตามความเหมาะสมในกรณีที่ตั้งตั้งเป็น “สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน” และให้อยู่ในวาระคราวละ 1 ปี

3. กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องกำหนดกำหนดบทบาทหน้าที่ขององค์กรที่ตั้งขึ้นอย่างชัดเจน โดยมีแนวทางดังต่อไปนี้

- 3.1 ใช้บทบาทหน้าที่ของผู้ว่าราชการจังหวัดอย่างเต็มศักยภาพ
- 3.2 วางแผนพัฒนาธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
- 3.3 ประสานงานกับองค์กรที่เกี่ยวข้องอันได้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การกีฬาแห่งประเทศไทย สหามวยไทยโลก (World Muay Thai Council : WMC) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน
- 3.4 จัดระบบพื้นที่เพื่อการพัฒนา (Spatial Allocation for Development) ด้านมวยไทยตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง
- 3.5 เป็นศูนย์วิจัยวางแผนและประสานงานเพื่อพัฒนามวยไทยในพื้นที่แบบบูรณาการ
- 3.6 เป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุกสาขาที่ครอบคลุมทุกพื้นที่เพื่อใช้ประโยชน์ในการบริหารและการพัฒนา
- 3.7 จัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในภารกิจขององค์กร ว่าจ้างนักบริหารมืออาชีพตลอดจนว่าจ้างเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน
- 3.8 มอบอำนาจเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรและอื่น ๆ ที่เห็นสมควรให้กลุ่มจังหวัด

3.9 เสนอออกระเบียบหรือที่เรียกชื่อเป็นอย่างอื่นว่าด้วยเรื่องมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน

4. กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องกำหนดแนวทางปฏิบัติงานให้เกิดความคล่องตัวดังต่อไปนี้

4.1 เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการบริหารองค์กรตั้งแต่ต้น

4.2 จัดระบบการใช้ทรัพยากรภาครัฐร่วมกันทั้งทางด้านงบประมาณ คุรุภัณฑ์ วัสดุอุปกรณ์ และบุคลากรอันมีพนักงานขับรถเป็นอาทิ

4.3 จัดระบบให้เอกชนรับเหมา (Contract Out) เช่นการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ การจัดเวทีมวยเพื่อการแข่งขันระดับโลก และพิธีเปิดการแข่งขันเป็นอาทิ

4.4 จัดระบบการมีส่วนร่วมของชุมชนและเฉลี่ยผลตอบแทนคืนชุมชนครอบคลุมทุกพื้นที่

4.5 เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการปฏิบัติงานอาจจะจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงานเสริมขึ้นมาเช่นหน่วยงานย่อยด้านการตลาดแบบเบ็ดเสร็จประจำจังหวัดตลอดจนชมรมมวยไทยอันดามันคลับ เป็นต้น

5.5.2 ด้านการจัดการตลาด

การศึกษาเกี่ยวกับการจัดการตลาดด้านมวยไทยในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยของพื้นที่อันดามันในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการกีฬา (The Five Ps in sport Marketing Mix) ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์

ผู้ทรงคุณวุฒิ ภูมิปัญญา และนักวิชาการท้องถิ่นมีความเห็นพ้องต้องกันกำหนดผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยในรูปของแพ็คเกจทัวร์ (Tour Package) :จำนวนทั้งสิ้น 8 รายการด้วยกัน (ดังรายละเอียดไว้ในภาคผนวก ก) ที่สำคัญคือยังได้กำหนดตราผลิตภัณฑ์ (Brand) มวยไทยอันดามันโดยอาศัยความเชื่อมั่นและความภักดีของลูกค้าคือนักท่องเที่ยวที่มีต่อโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทย “Amazing Thailand 1998 - 1999” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งของตราผลิตภัณฑ์ โดยใช้ชื่อตราผลิตภัณฑ์หลักว่า “Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Price” นอกจากนี้ยังได้กำหนดตราผลิตภัณฑ์รองสำหรับประชาสัมพันธ์การชกแข่งขันมวยไทยคือแพ็คเกจทัวร์ลำดับที่ 8 “Andaman Ironman Supper Fight XL : A-I XL” ซึ่งถือว่าเป็นแพ็คเกจที่โดดเด่นที่สุด สนุกที่สุด ไม่มีใครเหมือนและไม่เหมือนใคร (เป็นการชกแข่งขันมวยไทยรุ่นใหญ่แบบ

ทรหด เข้มขัน และไร้ขีดจำกัด คือผู้ชนะเลิศ หรือ “The Winner” ต้องชก 4 รอบ รอบละ 3 ครั้ง 4 อาทิตย์ติดกัน ชกวันเว้นวัน รวมทั้งสิ้น 12 ครั้ง) ว่า “Andaman Ironman Super Fight” แปลเป็นไทยว่า “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” สำหรับครั้งนี้กำหนดขึ้นโดยใช้หลักการสร้างความแตกต่างในการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งจะไม่เหมือนกับการประชาสัมพันธ์การแข่งขันมวยไทยรายการอื่น ๆ ที่สำคัญก็คือคำว่า “Ironman” .ในทัศนะของชาวตะวันตกแล้วมีความหมายลึกซึ้งซึ่งมากคือนอกจากจะหมายถึงว่า “สุดยอด” แล้วยังหมายรวมถึงการเป็นสุขภาพบุรุษผู้ประกอบด้วยความดีน่านับการและเป็นขวัญใจของคนทั่วไป

เนื่องจากช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยววันหยุดเป็นช่วงที่มีการแข่งขันสูงดังนั้นกลุ่มจังหวัดอันดามันต้องใช้ศักยภาพตลอดจนสรรพกำลังที่มีอยู่ในการดึงส่วนครองตลาด (Market Sharing) ด้านมวยไทยให้ได้มากที่สุดโดยใช้กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมซึ่งกลุ่มผู้เชี่ยวชาญตามกระบวนการเดลฟาย เทคนิคและกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นจากการประชุมกลุ่มย่อยได้เสนอแนะให้ดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ให้แข็งแกร่งโดยใช้กลยุทธ์ “The best of the best” คือทำทุกอย่างที่ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ดังต่อไปนี้

1.1 กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องใส่ใจกับคุณภาพของการบริการ (Service Quality) คือต้องถึงขั้น “เยี่ยมยอด” ต้องให้ลูกค้าคือนักท่องเที่ยวชมให้ได้ว่า “Excellent Service” เพราะสิ่งนี้จะมียุทธูปถัมภ์ต่อความเข้มแข็งของตราผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก

1.2 กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ลูกค้า

คือนักท่องเที่ยวพึงได้รับและเกิดความประทับใจ

1.3 กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องพิจารณาถึงมูลค่าโดยรวมของผลิตภัณฑ์ที่ต้องส่งกลับคืนให้ลูกค้าอย่างเหมาะสมและยุติธรรม ในภาพรวมมูลค่าของผลิตภัณฑ์ด้านกีฬาซึ่งหมายรวมถึงมวยไทยด้วยจะประกอบไปด้วยความสะดวกสบาย ลีลาที่งดงามมีคุณค่าทางสุนทรียภาพ สะอาดดูมีสุขอนามัย น้ำใจไมตรีที่ผู้จัดหีบยื่นให้เป็นพิเศษ มีความปลอดภัย ใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง มีคุณค่าที่ยั่งยืน และเหนือสิ่งอื่นใดก็คือประกอบไปด้วยความสนุกสนานก่อให้เกิดความสุขตลอดเวลาที่เข้าร่วมกิจกรรม ด้วยเหตุนี้กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องปรับปรุงค่ายมวยและเวทีมวยให้เหมาะสมดูดีมีความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงให้มากที่สุด กรณีที่เป็นการแข่งขันชกมวยที่หนึ่งชมก็ต้องดูดีสบายตัวและสามารถมองเห็นการชกทุกมุม นอกจากนี้ก็ต้องเลือกสรรครูผู้สอนและนักมวยที่รูปร่างดี ร่างกายกำยำแข็งแรง ผิวพรรณผ่องใสดูสะอาดหมดจดตลอดจนมีลีลาและชั้นเชิงมวยดี ชกกันจริงจังสมศักดิ์ศรี ไม่จัดฉาก ไม่หลอกลวง และควรสืบเปลี่ยนหมุนเวียนนักชกหน้าใหม่บ้างเพราะนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งต้องการสัมผัสกับสิ่งใหม่ ๆ

มูลค่าโดยรวมของผลิตภัณฑ์ด้านกีฬาที่สามารถหาได้ง่าย ๆ แต่เป็นการเพิ่มมูลค่าได้ อย่างมากมายมหาศาลก็คือของแถม ของกำนัล หรือของชำร่วยแล้วแต่จะเรียกซึ่งไม่จำเป็นต้อง เป็นของชิ้นใหญ่ราคาแพงอาจเป็นของชิ้นเล็ก ๆ แต่เปี่ยมล้นด้วยความประทับใจ เช่นภาพถ่าย นักท่องเที่ยวขณะเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยหรือไม่ก็เป็นภาพถ่ายที่ระลึกกับนักมวยหรือครูมวยเป็นต้น นอกจากนี้การให้เกียรติลูกค้าและครอบครัวตลอดจนการอำนวยความสะดวกเล็ก ๆ น้อย ๆ ล้วนเป็น การให้ที่มีพลังส่งเสริมให้มูลค่าผลิตภัณฑ์โดยรวมของมวยไทยอันดามันเพิ่มขึ้นอีกหลายเท่า ทวีคูณ

2) กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ไปสู่ระดับโลก ที่เรียกกันโดยทั่วไปว่า (Global Brand) กล่าวคือจะต้องปรับและพัฒนาลักษณะและบุคลิกภาพของตราผลิตภัณฑ์ให้ เหมาะสมโดดเด่นที่สำคัญคือให้ใช้ความโดดเด่นนั้นสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนกระตุ้นและตอกย้ำการรับรู้ด้วยการใช้สัญลักษณ์ที่สัมพันธ์ทางการมองเห็น (Visual Symbols) อย่างต่อเนื่อง ง่าย ๆ ก็คือให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรู้จักผลิตภัณฑ์ทุกแง่มุม โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้เกิดความรู้สึกว่าตราอันดามันมีความเกี่ยวข้องกับตนเอง

2. ราคา

ราคาของผลิตภัณฑ์ก็เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์ สำหรับการศึกษาคั้งนี้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญตามกระบวนการเดลฟายเทคนิคและกลุ่ม ผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นจากการประชุมกลุ่มย่อยแนะนำให้ดำเนินการดังนี้

2.1 กลุ่มจังหวัดอันดามันควรกำหนดราคาผลิตภัณฑ์โดยใช้ใช้กลยุทธ์ “One Price”

เป็นหลักการของการดำเนินงานกล่าวคือกิจกรรมประเภทเดียวกันเช่นตัวชกมวยแข่งขันชกมวย ไทยก็จะใช้อัตราเท่ากันทั่วพื้นที่อันดามันคือที่นังริงไซด์ ราคา 1,300 บาท และที่นังทั่วไป 1,100 บาทเป็นต้น

2.2 กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องลดราคาผลิตภัณฑ์ให้ต่ำกว่าปกติโดยใช้หลักการ “ขาดทุนในกำไรเอาหน้าใจไว้ก่อน” แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงต้นทุน คักดีศรี และคุณค่าของมวยไทยใน ฐานะที่เป็นมรดกไทยมรดกโลกด้วย

2.3 กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของแพ็คเกจจิ้งตัว รั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกค้าคือนักท่องเที่ยวที่สำคัญคือทำราคาได้ต่ำกว่าง่ายกว่า และ สะดวกกว่าการแยกราคาขายที่ละรายการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เชื่อถือได้ สะดวกและง่ายต่อการจัดซื้อจัดจำหน่ายเป็นหัวใจของการทำตลาดที่ประสบผลสำเร็จ สำหรับการศึกษาครั้งนี้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญตามกระบวนการเดลฟายเทคนิคและกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นจากการประชุมกลุ่มย่อยเสนอแนะว่าในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยซึ่งต้องบริการและเอาใจลูกค้าเป็นพิเศษควรดำเนินการดังต่อไปนี้

3.1 กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์คือแพ็คเกจทัวร์ทั้ง 8 รายการอย่างหลากหลายช่องทางเพื่อง่ายและสะดวกต่อการจัดซื้อจัดหา เช่นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่านสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในทั้งในและต่างประเทศ ผ่านโรงแรมที่พักและผ่านบริษัททัวร์เป็นต้น

3.2 กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องให้หน่วยงานกลางด้านกาตลาดแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Marketing Unit) ซึ่งจะจัดตั้งและเป็นส่วนหนึ่งของสมาคมผู้ประกอบการมัวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในอันดามันเป็นผู้ประสานกับองค์กรที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนบริหารจัดการตลาดด้วยความเป็นมืออาชีพ ยุติธรรม โปร่งใส และก่อให้เกิดรายได้กระจายครอบคลุมทั่วทุกพื้นที่

4. การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการขายเป็นกลยุทธ์ที่ใช้เป็นเครื่องมือติดต่อกับลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การทำตลาดและการดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ สำหรับการศึกษาครั้งนี้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญตามกระบวนการเดลฟายเทคนิคและกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นจากการประชุมกลุ่มย่อยเสนอแนะว่าในส่วนของการส่งเสริมการตลาดมัวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวควรดำเนินการดังนี้

4.1 กรณีที่ลูกค้าคือนักท่องเที่ยวซื้อแพ็คเกจทัวร์เข้าชมการแข่งขันชกมวยไทยสามารถพาครอบครัวคือภรรยา หรือบุตร หรือเพื่อนหญิงเข้าชมได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

4.2 กรณีที่ลูกค้าคือนักท่องเที่ยวซื้อแพ็คเกจทัวร์เรียนรู้มัวยไทยหลักสูตรระยะสั้น 90 ชั่วโมง 3 หลักสูตรติดต่อกันจะได้รับการลดราคาในหลักสูตรที่ 3 และทุกหลักสูตรจะได้รับบัตรสมาชิกร่วมการแข่งขันชกมวยไทยเวทีมาตรฐานในวันเสาร์ 1 ใบ

4.3 กรณีที่ลูกค้าคือนักท่องเที่ยวซื้อแพ็คเกจทัวร์เรียนรู้มัวยไทยระดับประกาศนียบัตรเทียบเท่าอนุปริญญาซึ่งต้องใช้ระยะเวลาอาศัยในประเทศไทยเกิน 3 เดือน ทางสถาบันมัวยไทยอันดามันจะดำเนินการขอวีซ่า (Visa) ให้เป็นกรณีพิเศษ ได้รับบัตรสมาชิกร่วมการแข่งขันชกมวยไทยเวทีมาตรฐานในวันเสาร์ 1 ใบ ได้รับโปรแกรมท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ในอันดามันทุกวันอาทิตย์โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะได้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาไทยคือตะกร้อกับว่าวไทยแล้วแต่กรณี

ขณะที่สามีเรียนมวยไทยครอบครัวคือภรรยาและบุตรหรือเพื่อนหญิงสามารถเข้าร่วมกิจกรรมอาหารไทย นาฏศิลป์ไทย และอื่น ๆ แล้วแต่กรณี และกรณีที่มีเหตุจำเป็นต้องกลับประเทศก่อนกำหนดนักท่องเที่ยวสามารถรักษาสีทิวทัศน์เรียนต่อในส่วนที่เหลือแต่ทั้งนี้ต้องเป็นกรีนซีซั่นถัดไป

4.4 กรณีที่ลูกค้าคือนักท่องเที่ยวซื้อแพ็คเกจทัวร์เข้าร่วมแข่งขันชมมวยไทย รายการ “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” และเป็นผู้ชนะเลิศ หรือรองชนะเลิศอันดับ 1 และ 2 จะได้รับรางวัลเป็นเข็มขัดแชมป์ ประกาศนียบัตรรับรองโดยสมาคมมวยไทยโลก และเงินรางวัลตามลำดับ

4.5 กรณีที่ลูกค้าคือนักท่องเที่ยวซื้อแพ็คเกจทัวร์ในช่วงฤดูการท่องเที่ยวน้อยรวมมูลค่าตั้งแต่ 25,000 บาทขึ้นไปจะได้รับเสื้อยืดตราสัญลักษณ์ “Amazing Thailand : Muay Thai andaman One Piece” พร้อมบัตรสมาชิกมวยไทยอันดามันคลับระดับ VIP ออกโดยสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน

4.6 กรณีที่ลูกค้าคือนักท่องเที่ยวซื้อแพ็คเกจทัวร์แบบครอบครัวหรือเป็นกลุ่มจะได้รับส่วนลดโดยใช้เกณฑ์ 5 เปอร์เซ็นต์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมา 1 คน สำหรับแพ็คเกจเรียนรู้อมวยไทยกรณีเรียนกับคนมวยคนเดียวกันต้องไม่เกินกลุ่มละ 2 คน

4.7 ลูกค้าคือนักท่องเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์ทุกรายการจะได้รับสิ่งอำนวยความสะดวก อาหาร และอื่น ๆ ซึ่งรวมอยู่ในราคาแพ็คเกจแต่จะมีการลดแลกแจกแถมเป็นพิเศษมากกว่าในช่วงฤดูท่องเที่ยว

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการบริหารจัดการตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวให้สำเร็จ

5.1 กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องเปิดโอกาสให้บริษัทห้างร้านต่าง ๆ ที่ประสงค์จะติดต่อสื่อสารกับลูกค้าหรือโฆษณาสินค้าโดยใช้ภาพลักษณ์ของมวยไทยอันได้แก่ความสนุกสนาน สุขภาพดี สมรรถภาพทางกายดี ตลอดจนสินค้าไทย ๆ เพื่อคนไทยให้เป็นผู้สนับสนุนรายการ (Sponsor) แข่งขันมวยไทย “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” เพื่อประโยชน์ในทางการค้าแต่ทั้งนี้ต้องเลือกสรรให้เหมาะสมว่าสินค้านั้นไปด้วยกันได้ดีกับภาพลักษณ์ของมวยไทยใหม่และเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอันดามันอย่างยิ่งยืนหรือไม่ ง่าย ๆ คือต่างก็สนับสนุนซึ่งกันและกันเข้าลักษณะน้ำพึ่งเรือเสือพึ่งป่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องเลือกบริษัทที่มีสินค้าอยู่ในความนิยมและเชื่อมั่นของประชาชนทั้งชาวไทยและต่างประเทศและถ้าจะพูดไปแล้วเรื่องหมัด ๆ มวยก็คงหนีไม่พ้นเรื่องเครื่องตีมี อาหารเสริมชูกำลัง เสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬาเหล่านี้เป็นต้น แต่ทั้งนี้ต้องตระหนักเสมอว่าผู้สนับสนุนจะทุ่มเทให้มากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับว่า

มวยไทยอันดามันมีแฟนคลับและรายได้ที่เขามาเท่าไรและทั้งนี้ต้องแน่ใจว่าแฟนคลับนั้นเป็นแฟนมวยไทยจริงหรือไม่หรือเป็นแฟนคลับของสปอนเซอร์หรือผู้สนับสนุนรายการ

5.2 กลุ่มจังหวัดต้องแสวงหาภาคีผู้สนับสนุนส่งเสริมด้านการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรหรือหน่วยงานที่มีพลังอำนาจทำให้มูลค่าของผลิตภัณฑ์มวยไทยอันดามันเพิ่มขึ้นอันได้แก่สมาคมมวยไทยโลก สมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย สนามมวยราชดำเนิน สนามมวยลุมพินี สนามมวยดังทุกภาคส่วนของประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ การกีฬาแห่งประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สถาบันการพลศึกษา ตลอดจนบุคลากรผู้มีชื่อเสียงในวงการมวยเช่นแชมป์มวยไทยโลก ครูมวยผู้มีชื่อเสียงโด่งดัง โปรโมเตอร์มวยที่ได้รับคามนิยมเป็นต้นส่วนจะประสานประโยชน์ด้านใดนั้นต้องพิจารณาเป็นกรณีไป

5.3 กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องแสวงหาลูกค้าที่จงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ด้านกีฬามวยไทยหรือพูดกันโดยทั่วไปว่า “แฟนมวย” (Fans) ที่เป็นของตนเองและที่สำคัญที่สุดก็คือพยายามเหนี่ยวรั้งให้เขาเหล่านั้นเป็นแฟนไปนาน ๆ ช่วยค้ำจุนธุรกิจมวยไทยอันดามันให้อยู่ไปไม่มีวันสิ้นสุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างดังที่ผู้วิจัยได้เสนอกฎทองของการดำเนินมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว (Golden Rule in Muay Thai Business Management : Raja Syed Tengku Sulaiman's Five Fs in Muay Thai Business Management) ใ้หน้า 30-31 ว่าการดำเนินการตลาดด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว นั้นจะต้องยึดกฎทอง (Golden Rules) 5 ประการ คือประการที่ 1 คนต้องดีโดยเฉพาะนักมวยต้องรูปร่างดีมีฝีมือ ประการที่ 2 ต้องจัดให้สนุก ประการที่ 3 ต้องมีแฟนคลับของตนเอง เพราะเป็นที่มาของเงิน ประการที่ 4 ต้องจัดวัสดุอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และ ประการที่ 5 ต้องมีใจรักกีฬามวยไทย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะมามีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและส่งเสริมให้แฟนอยู่กับองค์กรได้ยาวนานสามารถจรโลงชีวิต (Lifeblood) ขององค์กรได้ยาวนาน

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามันพบว่าสัญชาติที่เข้าร่วมกิจกรรมและตอบแบบสอบถามมากที่สุดคือชาติออสเตรเลีย 54 คน ชาติสแกนดิเนเวีย 47 คน ชาติเยอรมัน 39 คนและชาติฝรั่งเศส 36 คนตามลำดับ และเป็นแฟนที่มีความชอบหลากหลายกล่าวคือถ้าเป็นการท่องเที่ยวด้านมวยไทยโดยทั่วไปก็ต้องเป็นชาติออสเตรเลียกับฝรั่งเศสและถ้าเป็นการต่อสู้แบบดุเดือดก็ต้องยกให้ชาติสแกนดิเนเวียส่วนสัญชาติเยอรมันเป็นผู้คงแก่เรียนคือชอบเรียนรู้มวยไทยเพื่อประโยชน์ในการประกอบอาชีพและอื่น ๆ ดังนั้นกลุ่มจังหวัดโดยเฉพาะหน่วยงานการตลาด

แบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Marketing Unit) ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจะต้องหาช่องทางรักษานักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวให้เป็นแฟนมวยของพื้นที่อันดามันโดยเฉพาะในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อยตลอดและตลอดไปและให้มีเพิ่มพูนขึ้นเรื่อย ๆ

5.4 เพื่อให้ันวัตกรรมที่สร้างขึ้นขายได้จริงตามแนวทางสากลกลุ่มอันดามันจะต้องสร้างอัตลักษณ์ของความเป็นมวยไทยอันดามันให้ชัดเจน ซึ่งอาจจะนำเสนอวัฒนธรรมการฝึกซ้อม แข่งขัน และชมมวยไทยแบบดั้งเดิมแก่นักท่องเที่ยว อันได้แก่การใช้ภาษามือ เช่น คำว่ามือ หางมือ และชูนิ้วมือ ในการสื่อสารขณะเชียร์มวยไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเน้นให้นักมวยการออกอาวุธและแม่ไม้ซึ่งเป็นภูมิปัญญาไทยและเป็นทีกล่าวขวัญและหมายตาทหมายใจของคนทั้งโลกให้ชัดเจน นอกจากนี้อาจจะจัดอาหารไทย นวดแผนไทย และใช้สมุนไพรไทยในการรักษาอาการบาดเจ็บที่เกิดจากการฝึกซ้อมเป็นต้น ทั้งนี้เพื่อสร้างความแปลกใหม่ที่ไม่มีใครและไม่มีใครเหมือนที่สำคัญคือเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่ควรแก่การจดจำและบอกปากต่อปาก

5.5 เพื่อให้ได้เงินกับนวัตกรรมที่นำเสนอกลุ่มอันดามันจะต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่คือ ทะเล หาดทราย แสงแดด ให้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจให้มากที่สุด ซึ่งเมื่อเปรียบกับภูมิภาคอื่นที่ประกอบธุรกิจมวยไทยด้วยกันไม่ว่าจะเป็นภาคกลาง เหนือ อีสาน หรือแม้แต่กรุงเทพมหานครนับว่าอันดามันอยู่ในสถานะที่เป็นต่ออย่างมาก ซึ่งการใช้ประโยชน์อาจจะออกมาในรูปของการจัดโปรแกรมนำเที่ยวให้ลูกค้าได้ใช้ชีวิตและพักผ่อนในสถานที่ดังกล่าวบ้าง หรือถ้าเป็นไปได้อาจจะแสวงหาทำเลที่ประกอบธุรกิจให้อยู่ในบริเวณที่เหมาะสมเป็นต้น

5.6 กลุ่มอันดามันจะต้องจะต้องผลักดันให้เกิดการรับรองมาตรฐานมวยไทยอันดามันซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ให้ได้ ซึ่งอาจจะรับรองโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่น เช่น ประสานไปยังศูนย์พัฒนามวยไทยสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ ซึ่งเป็นหน่วยงานในสังกัดของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในลักษณะของการร่วมมือทางวิชาการในการออกใบประกาศนียบัตรรับรองผลการแข่งขันตลอดจนผลการเรียนรู้อันดามันของนักท่องเที่ยงได้

5.7 กลุ่มอันดามันควรนำองค์ความรู้เกี่ยวกับห้ากฎทองในการทำธุรกิจมวยไทย (5 Golden Rules of Muay Thai Business Management หรือ Five Fs in Muay Thai Business Management) ของ ดร.รายาศิต เต็งกูสุลัยมาน ซึ่งใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า “Raja Syed Tengku Sulaiman’s Five Fs in Muay Thai Business Management” (หน้า 30) มาประยุกต์ใช้กับการดำเนินธุรกิจมวยไทยอันดามันซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ได้อย่างเหมาะสม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2537). **การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาในประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร. (2547). **คู่มือกีฬาไทยชุดดูกีฬาเป็นเล่นกีฬาให้สนุก**. กรุงเทพมหานคร. บริษัท พลอด แอนด์ เพชร จำกัด.
- จตุพงษ์ ต้นอุ้ย จันจิรา อนันตโชติ จาริยา เขตรัตน์ และจำลองลักษณ์ บุญประกอบ. (2549). **เรื่องนกเขา**. เอกสารอัดสำเนา.
- จรรยา แก่นวงษ์คำ. (2546). **มวยไทย มวยสากล**. กรุงเทพมหานคร. โอเดียนสโตร์.
- จริยา เปรมศิลป์. (2543). **การท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมปี 2543 และแนวโน้ม**. เอกสารอัดสำเนา.
- จินตนา บุญบงการ และ ณีภูษพันธ์ เขจรนันท์. (2548). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. กรุงเทพมหานคร. ซีไอเดียเคชั่น.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2549). **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพมหานคร. ซีไอเดียเคชั่น จำกัด (มหาชน)
- ธีรวิฑู ก๊กใหญ่ วัชรพล หมดจต สนิท ศาสนโสภาก และสมจิต รื่นเรือง. (2549). **กีฬาวัยรุ่น**. เอกสารอัดสำเนา.
- ประชา ผาทอง. **เที่ยวเมืองไทย 76 จังหวัด**. (2543). กรุงเทพมหานคร. จินดาสาสน์.
- ประมาณ เทพสงเคราะห์. **ภูมิศาสตร์ภาคใต้เล่มที่ 1 : ภูมิศาสตร์กับการศึกษาภาคสนามทางภูมิศาสตร์**. สงขลา : งานส่งเสริมการผลิตตำรามหาวิทยาลัยทักษิณ, 2539.
- ปัญญา ไกรทัศน์. (2552). **มวยไทยในภูเก็ต. หนังสือพิมพ์เสียงใต้รายวัน**. 3 กุมภาพันธ์. 2552.
- แปลก พนาธิกุล และปรีชา ตั้งใจ. (2542). **มวยไทยสู่สากล**. กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์สุตรไพศาล.
- มนัส สุวรรณ และคณะ. (2545). **โครงการศึกษาและการจัดทำคู่มือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวประเภทผจญภัยถึงอนุรักษ์ธรรมชาติ**. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ยุวดี เสตสุวรรณ. (2544). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร. พิเศษการพิมพ์.
- โยธิน นวลมุสิก. (2553). **สวมกางเกงยีน ถอดเสื้อ ทาน้ำมัน ควงกระบองไฟ ที่เกาะสมุย**. **วารสารขนานน้ำ**. 5 (2) : 13-18.
- รายาศิต เต็งกุสุลย์มาน. (2550). **มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว**. อ่างถึงโน เทิดชาย ช่วยบำรุง. **รวมบทความวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. กรุงเทพมหานคร. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- รายนาม เติ้งกุสฺยฺลฺยฺมาน. (2550). รายงานวิจัยเรื่องการจัดและบริหารกีฬาเชิงบูรณาการกีฬา
เพื่อการท่องเที่ยวถึงอนุรักษ์บนพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันอย่างยั่งยืน
 กระบี่. เอส ที เอส พรินท์ติ้ง เซอร์วิส.
- _____ (2548). รายงานวิจัยเรื่องศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว
เชิงกีฬาของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. กระบี่. เอส ที เอส พรินท์ติ้ง เซอร์วิส.
- วรรณ วรชำนิช. (2539). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัชร หิรัญพันธ์ และคณะ. อ้างถึงใน เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2550). **ถอยหลังเพื่อก้าวหน้า : อันดามัน**
จุดยืนผลิตภัณฑ์และแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความ
ยั่งยืน (ภูเก็ต พังงาและกระบี่). กรุงเทพมหานคร. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วิจิต ยะลา นรมน ชัยมี และวิวัฒน์ หมุ่มมาก. (2552). รายงานวิจัยเรื่องความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรมนำเที่ยวบนเกาะลันตา กระบี่. เอกสารอัดสำเนา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). **การจัดการเชิงกลยุทธ์และกรณีศึกษา.** กรุงเทพมหานคร.
 บริษัทธรรมสารจำกัด.
- เศรษฐวิทย์. (2551). **พาฝรั่งเที่ยวไทย.** กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์เม็ดทราย
- สถาบันการพลศึกษา. (2552). **เอกสารโครงการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม “ยุทธศาสตร์**
การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย”. กรุงเทพมหานคร. คณะศิลปศาสตร์.
- สนธิเดช ชายกุลและคณะ. (2549). **มวยไทย.** เอกสารอัดสำเนา.
- สมศักดิ์ ศิริอนันต์. (2546). **มวยไทย.** กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์ประสานมิตร.
- สายฝน ยวนแหล และคณะ. อ้างถึงใน เทิดชาย ช่วยบำรุง. **ถอยหลังเพื่อก้าวหน้า : อันดามันจุดยืน**
ผลิตภัณฑ์และแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืน
(ภูเก็ต พังงาและกระบี่). กรุงเทพมหานคร. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สำนักงานจังหวัดกระบี่. (2547). **กลุ่มจังหวัดสามเหลี่ยมอันดามัน.** กระบี่. เอกสารอัดสำเนา.
- สุณีย์ มณีวงศ์. (2549). **ทริป แม็กกาซีน.** กรุงเทพมหานคร. ฐานการพิมพ์จำกัด.
- สุดใจ ชุมพรพันธ์ และคณะ. (2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกเข้า**
ร่วมกิจกรรมกีฬาในจังหวัดกระบี่. คณะศิลปศาสตร์. สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่.
- สุทธิ ศรีสุขและคณะ. (2552). รายงานการวิจัยเรื่องปัญหาของผู้ประกอบการเรือหางยาว
นำเที่ยวบริเวณอ่าวพระนางจังหวัดกระบี่. เอกสารอัดสำเนา
- สุมาลี จิรจรัส. (2548). **การจัดการเชิงกลยุทธ์.** สุราษฎร์ธานี. คณะวิทยาการจัดการ.
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

เสน่ห์ จั๊ยโตและคณะ. (2548). **เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ในภาครัฐกิจ**
หน่วยที่ 1 – 8. กรุงเทพมหานคร. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
 อัมรินทร์ แก้วพิทักษ์ สมโภชน์ จินดาแก้ว และ อลงกรณ์ สังข์แก้ว. (2552). **ปัญหาการทำ**
ธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง
จังหวัดกระบี่. เอกสารอัดสำเนา.

Best, John W. (1978). **Research in Education.** Englewood Cliffs. New Jersey : Prentice – Hall.

Briggs, S. (2001). **Successful Tourism Marketing : A Practical Handbook.** 2nd edition.
 London . Kogan Page.

Bronzan. R. T. (1977). **Public Relations, Promotions and Fundraising for Athletic and**
Physical Education Programs. New York . Wiley.

Cegielski michele and Mules Trevor. (2002). Aspects of Residents' Perceptions
 of the GMC 400 – Canberra's V8 Supercar Race. **Peer-Reviewd Journal.** 5, 54-70.

Chamberlain. T. (1997). Family Values Still Rule in This Sport. **Boston Globe.**
 27 February, 10.

Canham. D. (1975). **No Death for a Salesman.** Sports Illustrated. 28 July, 56 - 65.

Cronbach, L.J. (1970). **Essential of Psychology Testing.** 3rd edition. New York . University of
 Chicago.

Crowther. D.S. (1987). How Much Inventory Should You have on Hand? **Sporting Goods**
Dealer. April, 11,73.

D'Abaco, G. (1991). **Marketting Parks and Recreational Facilities as Tourism**
attraction – Experience from the Victoria Tourism Commission's Melbourne Now.
 Campaign. In Who Dares Wins-Parks, Recreation aned Tourism. Conference
 Proceedings. Canberra. Royal Institute of Parks and Recreation.

Delp,C. (2004). **Muay Thai : Advanced Thai Kickboxing Techniques.** Berkeley.
 California. Frog, Ltd.

Dolnicar, S., and Fluker, M. (2003). Behavioural market segments among surf
 tourist : investigating past destination choice. **Journal of Sport Tourism.**
 8 August,186-196.

- Faircloth, J., Richard. M., & Richard. V. (1995). An Analysis of Choice Intentions of Public Course Golfers. **Sport Marketing Quarterly**. 4. March, 13-21.
- Fraser, K. (1998). The Host with the Most. **Marketing and eBusiness**. December, 29-35.
- Gammons, P. (1997). Baseball. **Boston Sunday Globe**. 31 August. C12. D Schwartz, 26.
- _____ (1995). The Place in the Thing. **Boston Globe**. 25 April, 76.
- .
- Garrett, Henry E. & Woodworth, S.R. (1966). **Statistics in Psychology and Education**. New York. David Mckary. Co., Inc.
- .Getz, D. (2003). **Event Tourism Planning, Development and Marketing**. In **Sport and Adventure Tourism**. S. Hudson, edition. New York. Haworth Hospitality Press.
- Glass, Gene V., & Julian O. Stanley. (1970). **Statistical Methods in Education and Psychology**. Englewood Cliffs. New Jersey. Prentice – Hall.
- Gollenback, P. (1993). **American Zoom**. Macmillan. New York.
- Gonring, M. P. (1997). Global and Local Media Relations. In **Handbook of Strategic Public Relations**. C.L.Carwood, edition. New York. MacGraw-Hill.
- Hunter, S. (2000). In Mullin, Beanaro. J., Haroy, Stephen., & Sutton, William. A. **Sport Marketing**. Champaign, IL. Human kinetics Publishers, Inc.
- Jackson, G.A.M. and Glyptis, S.A. (1992). **Sports and Tourism : a review of the literature**. Unpublished Report to the Sports Council, Recreation Management Group. Loughborough University.
- Jackson, G.A.M. and Weed, M.E. (2003). **The Sport-Tourism Interrelation-ship**. In **Sport and Society**. B. Houlihan, edition. London. Sage.
- Jones, Calvin. (2001). “ Mega – Event and Host – Region Impacts : Determining the True Worth of 1999 Rugby World Cup”. **International Journal of Tourism Research**. 3(3), 241 – 251.
- Kasky. (1998). Best Buys for Fans. **Street and Smith’s of Sports Business Journal**. 29 June – 5 July.
- Kenneth F.D., Hughey, Jonet C., Ward, Kirsten, A., Crawford, Lesley. McConnell.,

- Jeremy, C. Phillips., & Robyn, Washbourne. (2004). "A Classification Framework and Management Approach for the Sustainable Use of Natural Assets Used for Tourism". **International Journal of Tourism Research**. 6(5), 349-363.
- Lawshe, C.H. (1970). A Quantitative Approach to Content Validity. **Personal Me Psychology**, 28, 563-575.
- Levien. M. (1977). Know Your Facility's Drawing Radius. **Sport Marketing Review**. Spring.
- Magrath. A. (1991). En Times Rule About Pricing. **Journal of Consumer Marketing**. 8, 5-13.
- MLB. (1998). Audience Analysis Conducted Proprietary. **Properties and the Pittsburgh Pirates Research Studies**. June 30 – July 7.
- Mullin, Beanaro. J., Haroy, Stephen., & Sutton, William. A. (2000). **Sport Marketing**. Champaign, IL. Human kinetics Publishers, Inc.
- Nowell. M. (1995). The Women's Golf Market. **Sport Marketing Quarterly**. 4 (2). June, 40.
- Ryan, C. (1991). **Recreational Tourism : A Social Science Perspective**. London. Routledge.
- Sedlak. M. & Suggs. W. (1998). The List : Most Effective Major League Baseball Promotions. **Street and Smith's Sports Business Journal**. 1 (25).
- Stewart, P. (1993). Cooperate Hospitality : Are Running Events Missing Out on a Valuable Component for sponsors? **Road Race Management**. 137, 1 – 7.
- Sutton. W.A., McDonald. M.A., Milen. G. R., and Cimperman, J. (1970). Greeting and Fostering Fan Identification in Professional Sports. **Sport Marketing Quarterly**. 6 (1), 15-22.
- Toohey, K., Taylor T., and Lee C-Ki. (2003). The FIFA World Cup 2002 : The effects of Terrorism on sport tourists. **Journal of Sport Tourism**. 8 February, 9-20.
- Trevor, H.B., Sofield, S.A, and Toohey, K. (2003). From Cultural Festival to International Sport –The Hong Kong Dragon Boat Races. **Journal of Sport Tourism**. 8 February, 20-25.

- Tompson, Arthur A. & Strickland III, AJ. (2003). **Strategic Management : Concepts and Cases**. 13th edition. Boston. McGraw, Inc.
- Wheelen, Thomas L. & Hunger, J David. (2000). **Strategic Management and Business Policy**. 7th edition. Upper Saddle River. New Jersey. Prentice – Hall, Inc.
- Wilcox. D., Ault. P., & Agee. W. (1986). **Public Relations Strategies and Tactics**. Philadelphia. Random House.
- Yamane, T. (1960). **Statistics : An Introductory Analysis**. Singapor. Harper International Edition.
- Ziccardi. D. (1997). **Masterminding the Store**. New York. Wiley.

ภาคผนวก ก

ภาคผนวก ก

แพ็คเกจทัวร์ จำนวน 8 รายการ

ส่วนหนึ่งของนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวที่อันดามัน

1. Andaman One day Two Camps Muay Thai trip (Friday and Saturday only)

Description : Visit and train for Muay Thai skills at the 2 selected camps including the following activities :

- meet trainer and discuss about Muay Thai rule.
- Wai khru and Mae mai Muay Thai Show.
- Shopping at the Fight store.
- Muay Thai training.
- View Muay Thai contest at the standard stadium.

Price : 1,500 Baht per person (participator).

Promotion : transportation, foxtail orchid, coffee break, lunch (Thai food) Spa / Thai massage, 1 bottles (1.5 litter) of drinking water, and photo album.

2. Two Days One Night Ancient Muay Thai. Trip

Description : Tour and field study at the most famous Muay Thai camps and stadiums in Phuket, Phangnga, and Krabi respectively including the following activities :

- meet trainer.
- Muay Thai training.
- Adventure tourism (Elephant tracking and others).

Price : 3,500 Baht per person (participator).

Promotion : transportation, accommodation, 3 meals per day, coffee break, 3 bottles (1.5 litter) of drinking water, and photo album.

3. Andaman Fight Night Tour (every day)

Description : Visit the most famous Muay Thai camp and participate in fight night party including the following activities :

- Wai khru Muay Thai.
- Mae mai Muay Thai Show.
- View Muay Thai contest (male and female).

Price : 1,500 Baht per person (participator).

Promotion : transportation, dinner(Thai food), 2 bottles (small) of Singha beer, and Thai performance show (Krabi-krabong and Fire dancing).

4. Andaman Super Fight Boxing Show (Friday and Saturday only)

Description: View 8 competitors Muay Thai boxing show at the most famous standard indoor stadium including the following activities :

- Grand opening celebration.
 - Thai performance show (Nora).
 - Krabi-krabong.
 - Fire dancing.
- Wai khru Muay Thai.
- Mae mai Muay Thai Show.
- View Muay Thai contest (male and female).

Price : Ringside = 1,300 Baht per person (spectator).

Regular seat = 1,100 Baht per person (spectator).

Free for women and children.

Promotion : transportation, 1 bottles (1.5 litter) of drinking water, 2 bottles (small) of singha beer, and take photos with the champions.

5. Muay Thai Andaman Study and Training Camp.

Description : Training camp underlining Muay Thai Andaman Institute control Including the following courses :

5.1 Basic course 90 hours (Silver Mongkon)

- Muay Thai ethic.
- Meditation training.
- Muay Thai and Krabi-Krabong ceremony. = Krob-kru, Wai-khru, Ram Muay.
- Basic Muay Thai Training (2 daily sessions).
 - Physical Fitness = Strength, Endurance, Flexibility, Cardiovascular Efficiency, Power, Speed, Agility, Reaction Time, and Coordination
 - Cardiovascular Efficiency, Power, Speed, Agility, Reaction Time, and Coordination.

- Basic skills = Fighting Stance, Foot Work, Punch, Knee, Elbow, Kick, and Block.
- Thai traditional martial art : Krabi-krabong.
- Self massage for health and feet massage.

5.2 Advance course 90 hours (Golden Mongkon)

- Muay Thai Technique
 - Specific Physical Fitness in Muay Thai.
 - Technique = Fighting Stance, Foot Work, Punch, Knee, Elbow, Kick, and Block, and mae mai Muay Thai.
- Selected Thai traditional martial art : dab (sword), plong (Staff), Loh (shield), meed (knife), ngaw (halbard), hauk (lance), tuan (tasseled lance), and others.
- Oil massage, massage for athletic, Thai herb massage, and therapy massage.

5.3 Professional course 90 hours (diamond Mongkon)

- Muay Thai professions :
 - Muay Thai rule
 - Muay Thai promoter
 - Muay Thai judge
 - Muay Thai training
 - Muay Thai teacher
 - Muay Thai integrated administration
 - Muay Thai annual homage-paying ceremony (wai khru pra jam pee) manager
 - Muay Thai Initiation as a teach (krob-khru) manager

Price : 7,000 Baht per person/course (learner).

Charges will be 3,500/course at 3rd course for the learner who continuously take 3 courses (270 hours) of training.

Promotion : accommodation, 3 meals per day, boxer short, mongkon, boxing

equipments, Thai traditional massage, Sunday trip and takraw or kite flying competition, and certificate issued by WMC, Ministry of Education, and Muay Thai Andaman Institute.

6. Diploma in Muay Thai Andaman

Description : Tourists who crave a deeper understanding of Muay Thai, Andaman's Full catered 18 months international program is designed to be the Ultimate Muay Thai curriculum (utilizing the co-operative education system) in Thailand. There are many courses of this program are as follows :

Foundation Courses (16 credits)

- MTA 001001 Muay Thai History 2(2-1-3)
- MTA 001002 Muay Thai Principles 2(2-1-3)
- MTA 001003 Muay Thai Laws 2(2-1-3)
- MTA 001004 Muay Thai Virtue and Morality 2(2-1-3)
- MTA 001005 Muay Thai Skills and Techniques 2(1-2-3)
- MTA 001006 Muay Thai Styles and Tricks 2(2-1-3)
- MTA 001007 Muay Thai Practicum 2(2-1-3)
- MTA 001008 Muay Thai Internship 2(2-1-3)

Compulsory Course (16 credits)

- MTA 001009 Muay Thai Anatomy and Physiology 2(2-1-3)
- MTA 001010 Muay Thai Science 2(2-1-3)
- MTA 001011 Muay Thai Camp Administration 2(2-1-3)
- MTA 001012 Muay Thai Competition Management 2(2-1-3)
- MTA 001013 Muay Thai Referee 2(2-1-3)
- MTA 001014 Muay Thai Promoter 2(2-1-3)
- MTA 001015 Muay Thai Instructor 2(2-1-3)
- MTA 001016 Muay Thai Trainer 2(2-1-3)

Alternative Course (at least 4 credits)

- MTA 001017 Muay Thai Chaiya 2(2-1-3)
- MTA 001018 Muay Thai Tourism 2(2-1-3)

- MTA 001019 Muay Thai for Special Purposes 2(2-1-3)
- MTA 001020 Muay Thai and Thai Massage 2(2-1-3)
- MTA 001021 Muay Thai and Herb Medicine. 2(2-1-3)
- MTA 001022 Krabi krabong 2(2-1-3)
- MTA 001023 Fire Dance 2(2-1-3)
- MTA 001024 Thai Folk Dance 2(2-1-3)
- MTA 001025 Muay Thai Music 2(2-1-3)
- MTA 001026 Muay Thai Fitness 2(2-1-3)
- MTA 001027 Muay Thai Nutrition 2(2-1-3)
- MTA 001028 Muay Thai and Medicine 2(2-1-3)
- MTA 001029 Muay Thai Biomechanic 2(2-1-3)
- MTA 001030 Muay Thai Psychology 2(2-1-3)

Price : 325,000 Baht per person (learner).

Charge will be 300,000/person for a couple learners.

Promotion : Student Pass, Internal flight Phuket/Krabi – Bangkok, accommodation, 3 meals per day, Hi-Speed Wireless, boxer short, mongkon, boxing equipments, Thai massage, ringside seats at the top boxing stadiums in Andaman, Sunday trip and takraw or kite flying competition, Member register, Testing fee, and Certificate granted by Institute of Physical Education-Krabi Campus, WBC, Ministry of Education, and Muay Thai Andaman Institute.

Special Promotion

- Krabi Krabong training and seminar.
- Thai Sword training and seminar.
- Fire Dance training and seminar.

7. Muay Thai Andaman for Special Purpose and Tour (90 days)

Description : Tourists who like to participate in combat sport events such as MMA, K-1, Krav Maga, and others can availably combines stand up fighting techniques from Muay Thai to develop the sports as mentioned. For those with limited time and budget our intensive fully

catered Muay Thai Andaman for Special Purpose and Tour Package is the number one choice should be selected. There are 3 parts of training program are as follows :

- Physical Fitness = Strength, Endurance, Flexibility
Cardiovascular Efficiency, Power, Speed, Agility,
Reaction Time, and Coordination.
- Striking Technique = Fighting Stance, Foot
Work, Punch, Knee, Elbow, Kick, and Block.
- Contest experience with the qualify fighters.

Price : 7,000 Baht per person (learner).

Promotion :accommodation, 3 meals per day, boxer short, mongkon, boxing equipments, Thai traditional massage, Sunday trip and takraw or kite flying competition, and certificate issued by WMC, Ministry of Education, and Muay Thai Andaman Institute.

8. Andaman Ironman Super Fight XL (A- I XL)

Description : A- I XL, the world championship for Thai Boxer-ism. The contests will be performed in 10 stadiums in Andaman, with the final will be performed at the biggest indoor stadium on Phuket Island. Thirty-two fighters will be selected for participation in the contest. In the first round of the contest final, the fighters will be competed in round-robin groups of four fighters for points, with the top two fighters in each group proceeding. These sixteen fighters will be advanced to the knockout stage, where three rounds of perform decided which fighters would participate in the final.

The first round, or group stage, the thirty-two fighters will be divided into eight groups of four fighters. Each group is a round-robin of six games, where each fighter will be performed one match (3 rounds in duration, with each round lasting 3 minutes) against each of the other fighters in the same group. Fighters will be awarded three points for a win, one point for a draw and none for a defeat. The fighters finishing

first and second in each group qualified for the round of 16.

There are A- I XL round-robin contests which qualify fighters for the super winner, along with licensed A- I XL fighting network events designed to develop new talent internationally and there is also a 154 lb (70 kg) Middleweight, Super heavyweight for fighter over 220lb (100 kg) and heavyweight for fighters under 156-220 lb ((100 kg).

The supper winner and runners-up of the round-robin contest will be won the “ A- I XL BELT” as well as certificates and a sum of money 30,00, 20,00, and 10,000 Baht as trophies respectively.

Price : Ringside = 1,300 Baht per person (spectator).

Regular seat = 1,100 Baht per person (spectator).

Free for women an children.

Registry fee = 5.500 Baht per person (fighter).

Promotion for Fighter :

accommodation, 3 meals per day, boxer short, mongkon, boxing equipments, Thai traditional massage, Sunday trip and takraw or kite flying competition, and certificate issued by WMC, Ministry of Education, and Muay Thai Andaman Institute.

Promotion for Spectator :

grand opening as well as Thai performances, transportation, 1 bottles (1.5 litter) of drinking water, 2 bottles (small) of singha beer, soft drinks, and take photos with the supper winner and runners-up.

ภาคผนวก ข

เรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทย ตะกร้อ และวูวไทย
ส่วนหนึ่งของนวัตกรรมการแข่งขันพาศิษย์นอกฤดูการทองเทียวพื้นที่อันดามัน

เรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทย ตะกร้อ และกีฬาว่าวไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน

ภายใต้ความเห็นชอบของผู้เชี่ยวชาญได้กำหนดเรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทย ตะกร้อ และกีฬาว่าวไทย
 ในลักษณะของสถานการณ์สมมุติและการตอบโต้ระหว่างนักท่องเที่ยวกับมัคคุเทศก์
 ทั้งนี้เพื่อง่ายแก่การนำไปประยุกต์ใช้ได้ทั่วไปดังนี้

มวยไทย

บทสนทนา

- มัคคุเทศก์ : That is a Muay Thai indoor stadium.
 นั่นคือสนามมวยไทยในร่ม
- นักท่องเที่ยว : For what ?
 สำหรับอะไร
- มัคคุเทศก์ : For Thai boxing contest.
 สำหรับแข่งขันมวยไทย
- นักท่องเที่ยว : Is it difficult to play ?
 มันยากไหมที่จะเล่นกีฬามวยไทย
- มัคคุเทศก์ : It is not difficult. What you need are stamina and constant practice. Muay Thai or Thai boxing is considered as a very ancient martial art of Thai people for along time.
 มันไม่ยากหรอก แต่ทั้งนี้ต้องอาศัยความอดทนและฝึกซ้อมอย่างต่อเนื่อง
 สม่ำเสมอ มวยไทยถือว่าเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวแบบดั้งเดิมของคนไทย
- นักท่องเที่ยว : I wonder how they play Muay Thai ?
 สงสัยจังว่าเขาเล่นมวยไทยกันอย่างไร
- มัคคุเทศก์ : Well, if you like to play Muay Thai, you can go to the boxing camp. But today I will take you to watch it first.
 ดีล่ะ ถ้าอยากจะทำก็ควรจะไปค่ายมวยไทย แต่สำหรับวันนี้จะพาไปดูค่ายมวยก่อน

- นักท่องเที่ยว : How do I prepare myself?
ต้องเตรียมตัวอย่างไร
- มัคคุเทศก์ : You don't need to prepare anything. I will take there at 1 pm.
ไม่ต้องเตรียมอะไรเลย จะพาไปดูค่ายมวยตอนบ่ายโมง
- ในสนามมวย
- มัคคุเทศก์ : The match start by an integration of shadow-boxing and dancing activities. The boxers pay respect to their teachers that way. In other word, it is a ceremonial salute to their teachers. การแข่งขันจะเริ่มด้วยการรำรำแบบตามเงาและเต้นไปมาในเชิงมวยไทย นักมวยจะสักการะครูของตนเองด้วยวิธีดังกล่าว หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ก็คือเป็นวิธีการที่นักมวยแสดงออกถึงความเคารพครูของตน
- นักท่องเที่ยว : It is very beautiful and unique.
มันช่างสวยงามและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- มัคคุเทศก์ : You know. Thai boxers take it very seriously about the gratitude. They believe that it will bring bad luck if they don't express their gratefulness as mentioned above. Apart from that It is a demonstration of the technique with serves very well to threaten the opponent and it is a warm-up for protection against serious injury.
คุณรู้ไหม นักมวยเชื่อว่าทุกคนต้องมีความกตัญญูรู้คุณครูผู้ให้การสั่งสอน
อบรมและถ่ายทอดวิชาความรู้ให้ และก็เชื่อว่าจะนำมาซึ่งความโชคร้าย ถ้าไม่แสดงความกตัญญูดังกล่าว นอกจากนี้ยังเป็นการแสดงออกถึงการข่มขู่คู่ต่อสู้ ที่สำคัญคือเป็นการอบอุ่นร่างกายเพื่อป้องกันการบาดเจ็บ
ที่อาจจะเกิดขึ้นได้
- นักท่องเที่ยว : Well. It is similar to western boxing. How is Muay Thai played?
ก็คงจะเหมือนการชกมวยแบบชาวตะวันตก แล้วมวยไทยเขาเล่นกันอย่างไร
- มัคคุเทศก์ : Competitors can kick, punch, and shove. They can't bite, spit,

and wrestle. Apart from that, they can also use bare feet, legs, knees, elbows, shoulders, and fists.

ผู้แข่งขันสามารถเตะ ต่อย และศอกได้แต่ต้องไม่กัด ถ่มน้ำลาย และ กอดรัดซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังสามารถใช้เท้าเปล่า ขา เข่า ศอก และหมัดได้อีกด้วย

นักทอญเทียว

Muay Thai looks more cruel than western boxing.

ดู ๆ แล้วการชกมวยไทยออกจะโหดกว่ามวยสากล

มัคคุเทศก์

I think so, and it's fatal if you don't practice well enough and careless.

ก็ว่าอย่างนั้นแหละและมันอาจทำให้ถึงตายได้ถ้าฝึกมาไม่ดีและประมาท

นักทอญเทียว

How can the fighters win their game?

แล้วนักมวยจะชนะการแข่งขันได้อย่างไร

มัคคุเทศก์

They can do every things they can to floor their opponents and the referee counts until ten. If the opponents can't get up, it means the they lose the game.

นักมวยจะต้องพยายามทำอย่างไรก็ได้ให้คู่ต่อสู้ล้มลงบนพื้นหลังจากนั้น กรรมการจะนับสิบและถ้าลุกไม่ได้ก็ถือว่าเป็นผู้แพ้

นักทอญเทียว

Oh! It is a very exciting fight because they can use almost every parts of their body.

โอ้โฮมันช่างเป็นการต่อสู้ที่น่าตื่นเต้นจริง ๆ ที่สามารถใช้อวัยวะทุกส่วนของร่างกายต่อสู้กัน

มัคคุเทศก์

Surely, it is very rousing. The spectators with heart attack and something else are not recommended.

แน่นอนมันน่าตื่นตาตื่นใจมากและผู้ชมที่เป็นโรคหัวใจไม่ควรเข้าชม

นักทอญเทียว

What are the fatal tactics the boxers use in fighting their opponents ?

นักมวยมีท่าไม้ตายอะไรที่จะปราบคู่ต่อสู้ให้อยู่หมัด

มัคคุเทศก์

A whiplash kick at the costal border, a knee into a stomach, an elbow smash to the eyes, and a vicious kick to the throat can

immediately floor the opponent. The way as mentioned
above

can end the action in a bloody knockout.

การเตะเข้าที่ขาโดยตรง การขึ้นเข่าที่ท้อง และการฟันศอกที่ตาแล้วแต่
เป็นเหตุให้คู่ต่อสู้ล้มลงไปพื้นและจบลงด้วยการน็อคเอาท์ที่ดูเด็ด

เข้มขัน

นักทองเทียว

It is very interesting martial art..

มันเป็นศิลปะการต่อสู้ที่น่าสนใจจริง ๆ

มัดคุเทศก์

I think you will have some days to enjoy Muay Thai with us here.

ฉันคิดว่าคงมีสักวันที่คุณจะได้สนุกเพลิดเพลินกับมวยไทยของเราที่นี่

ตะกร้อ

- นักท่องเที่ยว What are the people doing ?
ชาวบ้านเขากำลังทำอะไร
- มัคคุเทศก์ They are playing takraw a traditional Thai sport.
เขากำลังเล่นตะกร้อซึ่งเป็นกีฬาดั้งเดิมของไทย
- นักท่องเที่ยว It is very interesting and wath are they kicking ?
มันน่าสนใจมากและเขากำลังเตะอะไรกัน
- มัคคุเทศก์ It is call takraw and it is woven by rattan.
เราเรียกว่าตะกร้อซึ่งสานจากหวาย
- นักท่องเที่ยว How do they play it ?
เขาเล่นกันอย่างไร
- มัคคุเทศก์ It very easy to play using the simple rules. Competitors are not allowed to touch the takraw with their hands. They stand in the designed circle. The have to keep the takraw in the air by bouncing it off the head, feet, knees, shoulders, chests, and chins.
มันเล่นง่ายมากกติกาก็ไม่ซับซ้อนคือผู้แข่งขันต้องไม่สัมผัสตะกร้อด้วยมือ
และยืนอยู่ในวงกลมที่กำหนดให้โดยพยายามเลี้ยงลูกตะกร้อให้อยู่ในอากาศให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้โดยใช้ศีรษะ เท้า เข่า ไหล่ ออก และ หน้าแข้งประคองไว้
- นักท่องเที่ยว I see, and how do we score ?
เข้าใจละ แล้วทำคะแนนอย่างไร
- มัคคุเทศก์ It is very easy to do the score. We score by kicking or hitting the takraw into the basket hanging above their head. The harder competitors kick or hit the takraw into the basket, the better they get. The competitors can use almost all parts of their body to kick or hit the takraw. If some parts of the body are difficult to manipulate. For example, if competitors hit the takraw with their head, they will gain better scores than kicking.

ง่ายมากสามารถทำคะแนนด้วยการเตะหรือตีตะกร้อให้ลงไปในตะกร้า
ที่แขวนอยู่เหนือศีรษะผู้เล่นและยังใช้ความพยายามมากเท่าไรคะแนน
ก็ได้มากเท่านั้น ตัวอย่างเช่นตีตะกร้อด้วยศีรษะจะได้คะแนนมากกว่า
เตะด้วยเท้า

นักท่องเที่ยว

Last week I saw this kind of sport on television. I think it is not
the similar as this.

เมื่อสัปดาห์ที่แล้วผมได้ดูกีฬาประเภทนี้ทางโทรทัศน์ผมคิดว่ามันไม่
เหมือนกันนะ

มัคคุเทศก์

You are right, The sport you saw on television is sepak takraw.
It is a popular sport among south east Asia people. There are
two side and play against each other. The competitors can play using
head, shoulders, elbows, knees, feet almost parts of the body to
make the takraw fall on the other side and the competitors on
that side can not get it. That is the way to earn scores.

คุณพูดถูกต้องแล้วกีฬาที่คุณเห็นในโทรทัศน์คือเซปักตะกร้อซึ่งเป็นกีฬา
ที่ได้รับความนิยมในหมู่ชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การเล่นแบ่ง

ออกเป็น

2 ฝ่าย และผู้แข่งขันสามารถเล่นดัดยใช้ศีรษะ ไหล่ ศอก เข่า เท้า และ
เกือบทุกส่วนของร่างกาย ทั้งนี้เพื่อให้ตะกร้อตกในแดนของอีกฝ่ายหนึ่ง
และถ้าผู้เล่นฝ่ายนั้นรับไม่ได้อีกฝ่ายก็จะได้คะแนน

กีฬาว่าวไทย

- นักท่องเที่ยว What are the children doing.
เด็ก ๆ เขาทำอะไร
- มัคคุเทศก์ They play a traditional Thai sport. It is called kite-flying. The sports start when the monsoon wind from the East begins to blow. It indicates the coming of the summer season.
เขาเล่นกีฬาตั้งเดิมของไทยเรียกว่าว่าวไทยโดยจะเริ่มเล่นเมื่อลมมรสุมพัดมาจากทิศตะวันออกซึ่งมันเป็นสัญญาณบอกให้รู้ว่าจะเข้าฤดูร้อน
- นักท่องเที่ยว Where do they play the sport ?
เขาเล่นกีฬาตั้งกล่าวที่ไหนกัน
- มัคคุเทศก์ They can play every where the place is spacious and windy. In Phuket, Phangnga, and krabi people play at the beach.
เขาเล่นได้ทุกที่มีพื้นที่โล่งกว้างและสำหรับจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
คนมักจะไปเล่นที่ชายหาด
- นักท่องเที่ยว Do they the sport alone
เขาเล่นคนเดียวหรือยัง
- มัคคุเทศก์ They can play the sport both of alone and group.
เขาสามารถเล่นทั้งคนเดียวและเป็นกลุ่ม
- นักท่องเที่ยว How do the people play the sport ?
เขาเล่นกีฬานั้นอย่างไร
- มัคคุเทศก์ In the case of competition, the opposing teams fly both of male and female kites. The objective of the sport is not merely to get the kite into the air, but rather to have an aerial fight against another kite.
ในกรณีที่เป็นการแข่งขันทุกทีมจะเล่นทั้งว่าวตัวผู้และตัวเมียและจุดประสงค์การเล่นไม่เพียงแต่เอาว่าวขึ้นไปในอากาศเท่านั้นแต่จะเอาว่าวมาต่อสู้กันด้วย

- นักท่องเที่ยวนัก What is the difference point between male and female kites ?
อะไรเป็นข้อแตกต่างระหว่างว่าตัวผู้กับว่าตัวเมีย
- มัคคุเทศก์ The difference point between male and female kites is the male
kite is star-shaped and the female is long-tailed, smaller and
more agile.
- นักท่องเที่ยวนัก How can we know who is the winner of the game.
จะรู้ได้อย่างไรว่าใครคือผู้ชนะ
- มัคคุเทศก์ When one kite cut or obstruct the other and make the other fell down.
ชนะเมื่อว่าตัวใดตัวหนึ่งเข้าไปตัดหรือขัดขวางว่าอีกตัวหนึ่งและเป็น
เหตุให้ว่าตัวนั้นตกลง

ภาคผนวก ง

บทความทางวิชาการ

เรื่อง มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน

มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวที่อันดามัน Muay Thai : A Green Season Commercial Innovation on the Andaman Area

รายาติต เต็งกุลสุลัยมาน

วรรณภา พิทักษ์ศานต์

กานตินุช สติรมนัส

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่

อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่ 81000 โทร. 0-7566-3245 โทรสาร 0-7566-3638 E-mail : tengkusulaiman@hotmail.com

Raja Syed Tengku Sulaiman

Wanna Pitaksan

Kantinuch Stiramanus

Muang Distric, Krabi 81000 Thailand Tel: 0-7566-3245 Fax : 0-7566-3683 E-mail : tengkusulaiman@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเพื่อสร้างแนวทางการยกระดับมวยไทย สู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของนอกฤดูกาลในอันดามัน ซึ่งประกอบไปด้วยการดำเนินการ 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) ศึกษาภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้านตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน

2) ประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้านตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน

3) สร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน โดยกระบวนการเดลฟายเทคนิค

4) ศึกษาความพึงพอใจโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทาง โปรแกรมการนำเที่ยวและอื่น ๆ ของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง บริเวณพื้นที่อันดามัน

5) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

6) สร้างแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวของนอกฤดูกาลในอันดามัน

ผลการวิจัยพบว่า

1) มวยไทยในอันดามันเป็นที่รู้จักมักคุ้นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมานานจนกระทั่งปัจจุบัน ดังนั้นคนในพื้นที่อันดามันยังสามารถประกอบอาชีพเกี่ยวกับมวยไทยตลอดจนศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวพื้นบ้านและศิลปะการแสดงอื่น ๆ แต่ทั้งนี้ต้องปรับตัวยุคศตวรรษที่ 21 การบริหารจัดการที่เหมาะสมและเข้ากับยุคสมัย นอกจากนี้ยังพบอีกว่าพื้นที่อันดามันมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจมีจำนวนมาก ค่าเช่าที่ดินและอุปกรณ์สิ่งก่อสร้างราคาแพง บุคลากรขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่จำเป็น การขอวีซ่าของนักท่องเที่ยว มักคู่เทศกขาดเรื่องเล่าสำหรับบรรยายประกอบการนำเที่ยว และการกำหนดราคาในการเข้าร่วมกิจกรรมด้านมวยไทยไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

2) การดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามันมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เข้มแข็งพอประมาณ สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ในระดับหนึ่ง

3) ผู้เชี่ยวชาญจากกระบวนการเดลฟายเทคนิคได้เสนอแนะปัจจัยต่าง ๆ ที่ควรแก่การนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยไว้ 11 ประการ ประกอบด้วย เส้นทางการท่องเที่ยว

กิจกรรมด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมสำหรับ นำเสนอคู่กับมวยไทย สิ่งอำนวยความสะดวก เรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทย การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การควบคุมคุณภาพสินค้า การส่งเสริมการตลาด การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์

4) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยของพื้นที่อันดามันในระดับมากทั้งในแง่ของเวทีมวย ค่ายมวย เส้นทางท่องเที่ยว แพ็คเก็จทัวร์ และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบระดับความพึงพอใจในภาพรวมระหว่างนักท่องเที่ยวสัญชาติเอเชียกับตะวันตกพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวดังกล่าวมีความพึงพอใจด้านเวทีมวยและค่ายมวยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน ส่วนด้านเส้นทางท่องเที่ยว โปรแกรมการนำเที่ยว และศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทยไม่แตกต่างกัน

5) ผลลัพธ์ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นอันประกอบไปด้วย แพ็คเก็จทัวร์ทั้ง 8 โปรแกรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวสัญชาติ ออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส เป็นอันดับ 1 ทุกรายการ ทั้งที่เปรียบเทียบกับปัจจัยด้านการตลาดด้วยกันและภาพรวม รองลงมาคือราคากับการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

6) พื้นที่อันดามันต้องยกระดับและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ “Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Price” ตลอดจนนวัตกรรมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น โดยเฉพาะแพ็คเก็จทัวร์ลำดับที่ 8 “Andaman Ironman Super Fight XL: A-I XL” ภายใต้ชื่อสินค้า “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” ซึ่งใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Andaman Iron-man Super Fight” ให้เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั่วโลก นอกจากนี้จะต้องเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยการให้บริการที่ดี ราคายุติธรรม ส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม ง่ายต่อการจัดซื้อจัดหา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญที่สุดก็คือมีการร่วมมือในเชิงธุรกิจที่ชัดเจนตลอดจนมีองค์กรกลางเป็นตัวเชื่อมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

The purpose of this research is to study Muay Thai as a green season commercial innovation on the Andaman Area. There are 5 steps for determining the green season commercial innovation as mentioned above :

1) Determining the background and problems of Muay Thai tourism, local sports, and other related cultural-arts of the Andaman Area.

2) Assessing the business environment of Muay Thai tourism, local sports, and other related cultural-art activities of the Andaman Area.

3) Construction the sustainable green season commercial innovation in Muay Thai tourism, local sports, and other related cultural-art activities of the Andaman Area.

4) Estimating tourists' general satisfactions upon routes, tour packages, and others in Muay Thai tourism, local sports, and related cultural-art activities of the Andaman Area.

5) Study the relationship between marketing mix factors and product selective satisfactions in Muay Thai tourism, local sports, and related cultural-art activities of the Andaman Area among the 4 target tourist nationalities such as Australia, Scandinavia, German, and Franc.

6) Creating the guide lines for upgrading the commercial innovation in Muay Thai and related other activities for activating the economic of Andaman area during green season time.

There are 6 findings of this study :

1) Muay Thai Andaman is known as the best martial art and admired among the foreigner tourists from the several parts of the world for along time. Therefore, the Andaman area people can earn a living utilizing Muay thai activities for ever and ever. Apart from that, the research also found that Andaman area had a high level of problem in Muay Thai tourism business management. More specifically, it extremely confronted with many obstacles about foreigner business competitors, expense of office and land for rent, lack of English and other languages communicational experts, tourist visa, Muay Thai tell stories for guide, and standard of price arrangement.

2) Muay Thai tourism in Andaman area is consisted of many powerful business environments. Moreover, it pay a significant role in responding both strength and weak points of the area.

3) The experts from Delphi Technique Process suggested the 11 factors for designing the green season commercial innovation of Muay Thai Andaman tourism industry such as routes, Muay Thai activities, local sports and related cultural-arts activities, accommodations, Muay Thai tell stories, sustainable tourism management, product control, promotion, price, place, and public relation.

4) The satisfaction of tourists were considered at high level in all aspects of Muay Thai Andaman management. However, the research also found that there were significant difference in overall tourists' satisfaction mean scores between Asian and Western nationality at .05 level. As viewed by separated aspects, it was found that there were also significant difference at the level of .05 among the respondents differing in Muay Thai stadium and camp, whereas there were no significant difference among those differing in routes, tour packages, and other related cultural-art activities.

5. The product as a constructional commercial innovation consisted of 8 tour packages were directly influenced on satisfaction of all target group tourists such as Australia, Scandinavia, German, and France. While price and promotion were secondly selected respectively.

6. The Andaman Area will pay attention in upgrading and developing its brand name "Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Price". Moreover, the constructed 8 tour packages especially the most outstanding tour program "Andaman Ironman Super Fight XL: A-I XL" should be immediately promoted among all tourists from several parts of the world. A part from that, the product value should be increased utilizing the following strategies : excellent service, impartial price, effective promotion, continuous public relation, firm cooperation, and sustainable tourism.

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีส่วนฟื้นฟูเศรษฐกิจตลอดจนสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่อย่างมากและถ้ามองในภาพรวมก็จะพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถดึงดูดพลเมืองจากทั่วทุกมุมโลกมาใช้จ่ายในรูปแบบเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนหลายล้านบาทต่อปี (สุณีย์ มณีวงศ์, 2549) ที่สำคัญคือก่อให้เกิดการจ้างงานและกระจายรายได้และเกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกเป็นจำนวนมาก ด้วยเหตุนี้รัฐจึงต้องส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยให้ก้าวหน้าและมีเสถียรภาพอยู่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสามารถพัฒนาเป็นผู้นำการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียอย่างต่อเนื่องและก้าวไปสู่การเป็น World Class Destination ในที่สุด อย่างไรก็ตามตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาถึงแม้ว่าทางภาครัฐจะพยายามดำเนินการทุกวิถีทางที่จะให้การท่องเที่ยวไทยเติบโตเคียงบ่า

เคียงไหล่ประเทศในภูมิภาคเดียวกันแต่ก็เป็นไปได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากยังต้องเผชิญกับปัญหาเรื่องฤดูกาลท่องเที่ยวซึ่งมีเพียง 5 - 6 เดือนส่วนที่เหลือก็เป็นช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย (Green season) ซึ่งผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวต้องแบกรับภาระทุกอย่างโดยปราศจากรายได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องหาหนทางที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องหาหนทางกอบกู้สถานการณ์ดังกล่าวโดยเฉพาะอย่างยิ่งหาวิธีการที่เปี่ยมไปด้วยพลังดึงดูดใจคนจากทั่วทุกมุมโลกเข้ามาใช้บริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยตลอดทั้งปี (สุธี ศรีสุข และคณะ, 2552 : 3) ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยซึ่งอยู่ในแวดวงของกีฬาและนันทนาการจึงสนใจที่จะนำมวยไทยที่เผยแพร่ครอบครองหัวใจของคนทั้งโลก (รายาคิต เต็งกูสุลัยมาน, 2550 : 95) ตลอดจนกีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมอื่นๆ ซึ่งเป็นที่ชื่นชมของชาวต่างชาติ (กรุงเทพมหานคร, 2547 : 4) มาศึกษาเพื่อให้เกิดประกายความคิดเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ด้านการท่องเที่ยวในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อย ทั้งนี้เพื่อเติมเต็มให้เกิดการท่องเที่ยวครบวงจรในบริเวณพื้นที่อันดามันตลอดทั้งปีและเป็นไปอย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้านตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน
2. เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้านตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน
3. เพื่อสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูกาลท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทางโปรแกรมการนำเที่ยวและอื่น ๆ ของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง บริเวณพื้นที่อันดามัน
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้
6. เพื่อสร้างแนวทางการยกระดับมวยไทย สู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน

1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยว

นอกฤดูกาลพื้นที่อันดามัน ซึ่งประกอบไปด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย (Focus group) ทั้งนี้เพื่อให้ได้แนวคิดพื้นฐานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการทำวิจัย การศึกษาปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในอันดามันจากผู้ประกอบการจำนวน 174 คน การศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยในอันดามันและอื่น ๆ จำนวน 44 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านกีฬามวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องสำหรับกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique) จำนวน 25 คน การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยในอันดามัน 397 คน และการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่สัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 4 สัญชาติคือ สัญชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส รวม 176 คน

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้ประกอบด้วยแบบประเมินและแบบสอบถามดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. แบบสอบถามปลายเปิดสำหรับประเมินภูมิหลังของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน ซึ่งเป็นเอกสารส่วนหนึ่งที่ใช้ประกอบการสัมภาษณ์กลุ่มย่อย

2. แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าตามวิธีการของลิเคอร์ท์ สำหรับประเมินปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

3. แบบประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business Environment) สำหรับการทำ SWOT Analysis ซึ่งประกอบด้วยเทคนิค Internal Factor Evaluation (IFE) Matrix เทคนิค External Factor Evaluation (EFE) Matrix และเทคนิค Competitive Profile Matrix (CPM)

4. แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าสำหรับศึกษานวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูกาลท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน โดยใช้กระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique)

5. แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าสำหรับศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อโปรแกรม เส้นทางกรนำเที่ยว และอื่น ๆ ตามนวัตกรรมที่สร้างขึ้น

6. แบบสอบถามแบบตรวจคำตอบ (Check list) สำหรับศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย 4 สัญชาติ

7. แบบบันทึกประกอบการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อสรุปรูปแบบของนวัตกรรม แนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลตลอดจนบันทึกการสนทนาอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดเป็นรูปธรรม ปฏิบัติได้จริง และสามารถนำไปใช้ได้ดียังยืน

1.4 การหาคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าสำหรับศึกษาปัญหา

ของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยในพื้นที่อันดามันทั้ง 2 ชุดได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการทำดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Item Objective Congruence Index : IOC) ของผู้ทรงคุณวุฒิ หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปหาค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient : α) ตามวิธีการของครอนบัก ส่วนเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลชุดอื่น ๆ ก็ได้รับการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาทุกรายการ

2.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการแบบผสมผสานทั้งการปฏิบัติภาคสนาม (Field Study) การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การใช้แบบประเมิน (Assessment Form) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และกรณีที่ใช้แบบสอบถามเกิดความล่าช้าได้ตามแบบสอบถามโดยใช้หนังสือราชการ ไปรษณีย์บัตรและโทรศัพท์

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปวิเคราะห์ข้อมูล กล่าวคือข้อมูลด้านสภาพของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละแล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง ข้อมูลด้านความสอดคล้องความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวตามกระบวนการเดลฟายเทคนิค วิเคราะห์โดยการหาค่ามัธยฐาน (Median) และอินเตอร์ควอไทล์แรงค์ (Interquartile Range) ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยการทดสอบค่าที (t-test) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยใช้เทคนิค EFE IFE และ CPM วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับสัญชาตินักท่องเที่ยวในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์โดยการทดสอบ ไค-สแควร์ (Pearson Chi - square test) สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งระดับความมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2. ผลการวิจัย

1. ภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

จากการศึกษาพบว่ามวยไทยในอันดามันเป็นที่รู้จักมักคุ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติมานานจนกระทั่งปัจจุบัน ดังนั้นคนในพื้นที่อันดามันยังสามารถประกอบอาชีพเกี่ยวกับมวยไทยตลอดจนศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวพื้นบ้านและศิลปะการแสดงอื่น ๆ แต่ทั้งนี้ต้องรับยุทธศาสตร์การบริหารจัดการที่เหมาะสมและเข้ากับยุคสมัย นอกจากนี้ยังพบอีกว่าพื้นที่อันดามันมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในระดับมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งทางธุรกิจมีจำนวนมาก ค่าเช่าที่ดินและอุปกรณ์สิ่งก่อสร้างราคาแพง บุคลากรขาดทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและภาษาที่จำเป็น การขอวีซ่าของนักท่องเที่ยว ทัศนคติของชาวต่างชาติที่มองว่ามวยไทยเป็นมาตุภูมิไม่ใช่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

2. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวกีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ในอันดามัน

จากการศึกษาพบว่ากรดำเนินธุรกิจมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของอันดามันมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เข้มแข็งพอประมาณ สามารถตอบสนองปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เป็นจุดแข็งและจุดอ่อนได้ในระดับหนึ่ง นั่นก็หมายความว่าอันดามันสามารถทำธุรกิจด้านนี้ให้ประสบความสำเร็จได้

3. ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการกำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนถึงศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืนจากกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique)

จากการศึกษาพบว่าผู้เชี่ยวชาญจากกระบวนการเดลฟายเทคนิคได้เสนอแนะปัจจัยต่าง ๆ ที่ควรแก่การนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยไว้ 11 ประการ ประกอบด้วยเส้นทางการท่องเที่ยว กิจกรรมด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมสำหรับนำเสนอคู่กับมวยไทย สิ่งอำนวยความสะดวก เรื่องเล่าเกี่ยวกับมวยไทย การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การควบคุมคุณภาพสินค้า การส่งเสริมการขาย การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์

4. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้านและศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ของพื้นที่อันดามัน จากการสำรวจ (Survey) โดยใช้แบบสอบถาม

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยของพื้นที่อันดามันในระดับมากทั้งในแง่ของเวทีมวย ค่าชมมวย เส้นทางการนำเที่ยว แพคเกจทัวร์ และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบระดับความพึงพอใจในภาพรวมระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติเอเชียกับตะวันตกพบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวดังกล่าวมีความพึงพอใจด้านเวทีมวยและค่ายมวยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน ส่วนด้านเส้นทางการท่องเที่ยว โปรแกรมการนำเที่ยว และศิลปวัฒนธรรมที่ควรนำเสนอควบคู่กับมวยไทยไม่แตกต่างกัน

5. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ชาติ ออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้บริการด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้

จากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นอันประกอบไปด้วยแพคเกจทัวร์ทั้ง 8 โปรแกรม มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส เป็นอันดับ 1 ทุกรายการ ทั้งที่เปรียบเทียบกับปัจจัยด้านการตลาดด้วยกันและภาพรวม รองลงมาคือราคากับการส่งเสริมการตลาดตามลำดับ

6. แนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามันจากการประชุมกลุ่มย่อย

จากการศึกษาพบว่าพื้นที่อันดามันต้องยกระดับและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ “Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Price” ตลอดจนนวัตกรรมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น โดยเฉพาะแพคเกจทัวร์ลำดับที่ 8 “Andaman Ironman Super Fight XL: A-IXL” ภายใต้ชื่อสินค้า “ศึกษอดคนเหล็กอันดามัน” ซึ่งใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Andaman Iron-man Super Fight” ให้เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั่วโลก นอกจากนี้จะต้องเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยการให้บริการที่ดี ราคาดีธรรม ส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม ง่ายต่อการจัดซื้อจัดหา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญที่สุดก็คือมีการร่วมมือในเชิงธุรกิจที่ชัดเจนตลอดจนมีองค์กรกลางเป็นตัวเชื่อมโยงให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จากองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาตามข้อค้นพบดังกล่าวข้างต้นได้นำเข้าที่ประชุมกลุ่มย่อยของผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นเพื่อระดมพลังความคิดเกี่ยวกับการกำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์สำหรับกระตุ้นการท่องเที่ยวในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยของพื้นที่อันดามันปรากฏว่าได้นวัตกรรมซึ่งประกอบไปด้วยส่วนสำคัญ 4 ส่วนคือเส้นทางการท่องเที่ยวมวยไทย 5 เส้นทาง แพคเกจทัวร์ 8 รายการ เรื่อง

เล่ามวยไทยและกีฬาพื้นบ้านอื่น ๆ ในลักษณะการคุยโต้ตอบระหว่างนักท่องเที่ยวกับมัคคุเทศก์ 3 เรื่อง และสุดท้ายเป็นแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวอันดามันดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. เส้นทางท่องเที่ยว

จากการศึกษาโดยกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique) โดยผู้เชี่ยวชาญทั้งสิ้นจำนวน 25 คน พบว่าเส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุดมีทั้งสิ้น 15 เส้นทาง อยู่ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต 4 เส้นทาง จังหวัดพังงา 5 เส้นทางและจังหวัดกระบี่ 6 เส้นทาง อย่างไรก็ตามจากการประชุมกลุ่มย่อยของผู้ทรงคุณวุฒิด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันได้เสนอแนะว่าในระยะแรกเริ่มนี้ควรเลือกเส้นทางที่อยู่ในย่านที่เป็นที่ชุมนุมของนักท่องเที่ยว มีความพร้อมตลอดจนสะดวกในการเดินทางในช่วงฤดูที่สภาพดินฟ้าอากาศแปรปรวน โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรเป็นเส้นทางที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ดังนั้นการศึกษาคั้งนี้จึงได้กำหนดนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ในส่วนของเส้นทางท่องเที่ยวเป็น 5 เส้นทางโดยอยู่ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต 3 เส้นทาง และจังหวัดกระบี่ 2 เส้นทาง ส่วนจังหวัดพังงาไม่มี ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลปาดอง อำเภอกระบุรี จังหวัดภูเก็ต

1.2 เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลราไวย์ อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะบริเวณถนนไสยวงและถนนปฎัก

1.3 เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลอง อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะบริเวณซอยตาเฮียด และถนนเจ้าฟ้า

1.4 เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่

1.5 เส้นทางมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวสายตำบลคลองยาง ตำบลเกาะกลาง ตำบลเกาะลันตาใหญ่ และตำบลศาลาด่าน โดยเฉพาะบริเวณหมู่บ้านคลองดาว อำเภอเกาะลันตา จังหวัดกระบี่

2. แพ็คเก็จทัวร์

ผู้วิจัยและคณะภายใต้คำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นสาขาต่าง ๆ ได้นำองค์ความรู้ซึ่งเป็นผลจากการสนทนากลุ่มย่อย การระดมสมองเกี่ยวกับภูมิหลัง ปัญหา สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากกระบวนการเดลฟายเทคนิค ตลอดจนข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์จากบุคลากรที่เกี่ยวข้องมาหลอมรวมและบูรณาการเป็นแพ็คเกจทัวร์จำนวน 8 รายการ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามันที่สร้างขึ้นดังต่อไปนี้

แพ็คเกจทัวร์

ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว

จำนวน 8 รายการซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน

1. Andaman One Day Two Camps Muay Thai trip (Friday and Saturday only)
2. Two Days One Night Ancient Muay Thai. Trip
3. Andaman Fight Night Tour (every day)
4. Andaman Super Fight Boxing Show (Friday and Saturday only)
5. Muay Thai Andaman Study and Training Camp.
 - 5.1 Basic course 90 hours (Silver Mongkon)
 - 5.2 advance course 90 hours (Golden Mongkon)
 - 5.3 Professional course 90 hours (diamond Mongkon)
6. Diploma in Muay Thai Andaman
7. Muay Thai Andaman for Special Purpose and Tour (90 hours)
8. Andaman Ironman Super Fight XL (A- I XL)

3. เรื่องเล่า

การดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวทุกแขนงซึ่งหมายรวมถึงมวยไทยด้วยนอกจากจะประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐานซึ่งเป็นที่ทราบกันดีแล้วนั้น อีกปัจจัยหนึ่งที่ต้องหยิบยกขึ้นมาพิจารณาความสำคัญในอันดับต้น ๆ ก็คือเรื่องเล่าที่มีเนื้อหาเหมาะสมและมีคุณค่าต่อการนำเสนอให้นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นลูกค้า ดังนั้นผู้วิจัยและคณะจึงนำเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องเล่าด้านมวยไทยบรรจุไว้ในแบบสอบถามตามกระบวนการเดลฟายเทคนิค ปรากฏว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันเป็นไปได้อย่างดีในระดับมากที่สุดให้เสนอเรื่องราวเกี่ยวกับมวยไทยเป็น 5 ประเด็น และเพื่อให้ง่ายต่อการนำไปประยุกต์ใช้คณะผู้วิจัยภายใต้การเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นได้เสนอเป็นเรื่องเล่าที่ได้ตอบกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับมัคคุเทศก์ และเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์แบบผู้ทรงคุณวุฒียังได้เสนอแนะให้เพิ่มเติมเรื่องเล่าเกี่ยวกับกีฬาตะกร้อและว่าวไทยซึ่งสามารถนำเสนอควบคู่กับมวยไทยได้อีกด้วย

สำหรับประเด็นสำคัญเกี่ยวกับมวยไทยที่นำมาผูกเป็นเรื่องเล่า

สำหรับมัคคุเทศก์ประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ไม่ตายในกีฬามวยไทยสำหรับพิชิตคู่ต่อสู้ให้อยู่หมัด
2. กระบวนยุทธ์และการออกอาวุธในกีฬามวยไทย
3. การไหว้ครูเพื่อแสดงความกตัญญูก่อนการแข่งขันมวยไทย
4. การทำให้คู่ต่อสู้ถูกนับ 10 คือชัยชนะเด็ดขาดในกีฬามวยไทย
5. มวยไทยเป็นศิลปะแบบดั้งเดิมที่ต้องฝึกด้วยความอดทน

4. การประชาสัมพันธ์

สำหรับการศึกษาค้นคว้าผู้เชี่ยวชาญตามกระบวนการเคลฟายเทคนิคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์มวยไทยที่สอดคล้องกันมากที่สุดมีไปได้ในระดับมากที่สุดมี 7 ข้อจึงได้กำหนดประเด็นสำคัญดังกล่าวเป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์มวยไทยอันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยดังรายละเอียดต่อไปนี้

- 4.1 ส่งครูมวยไปสอนในต่างประเทศ
 - 4.2 ส่งนักมวยที่มีชื่อเสียงไปชกในต่างประเทศ
 - 4.3 เน้นการสร้างภาพลักษณ์ของมวยไทยอันดามัน
 - 4.4 ทำโรดโชว์ (Road Show) ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย
 - 4.5 ให้อุปกรณ์และคู่มือคณาจารย์ "ศึกษาคณะพลเรือนอันดามัน"
 - 4.6 กระตุ้นให้ทดลองและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย
 - 4.7 ผ่านสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ในต่างประเทศ
- นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญบางท่านยังได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่าเพื่อให้

การประชาสัมพันธ์มวยไทยอันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยได้ผลในเชิงปฏิบัติจึงควรดำเนินการเชิงรุกดังต่อไปนี้

1. ประสานงานไปยังสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ สถานเอกอัครราชทูตไทยในต่างประเทศ สถานกงสุลไทยในต่างประเทศ และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศในการขอความร่วมมือประชาสัมพันธ์มวยไทยอันดามันซึ่งอาจจะเป็นการสาธิตหรือชกแข่งขันแล้วแต่กรณีในเทศกาลสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง ตลอดจนงานบุญต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในวัดไทยในต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวสนใจใคร่รู้และติดตามชมและเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยในพื้นที่อันดามันต่อไป
2. จัดทำโปสเตอร์มวยไทยอันดามันและประสานไปยังร้านอาหารไทยในต่างประเทศ บริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ สถานเอกอัครราชทูตไทยในต่างประเทศ สถานกงสุลไทยในต่างประเทศ และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในต่างประเทศ ในการปิดประกาศและประชาสัมพันธ์ โปสเตอร์ดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าออกเพื่อขอวีซ่าและปฏิบัติภารกิจอื่น ๆ ได้เรียนรู้จุดจำและ

ซึมซับมวยไทยอันดามันไว้ในหัวใจและพร้อมที่จะเข้าร่วมกิจกรรมเมื่อมีโอกาสมาเยือนพื้นที่อันดามัน

3. ประสานสายการบินไทยและสายการบินต่างประเทศทุกสายเพื่อขออนุญาตวีซ่าที่เกี่ยวกับการแข่งขันชกมวยไทยที่ดูเด็ดในเวทีสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการชกเพื่อแข่งขันชิงแชมป์โลกมวยไทยรุ่นต่าง ๆ ซึ่งจัดขึ้นบ่อยมากในพื้นที่อันดามันและการนำเสนอนั้นจะต้องเป็นการนำเสนอข้อมูลใหม่ทันต่อเหตุการณ์และเปลี่ยนทุกสัปดาห์ ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ค้นเคยและติดตามภาพและเรื่องราวเกี่ยวกับมวยไทยอันดามัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงยิ่งใหญ่ถึงการเป็นเหตุจูงใจใคร่เข้าร่วมกิจกรรม

4. ประสานไปยังศาลากลางจังหวัด โรงแรมที่พัก สนามกีฬา สถาบันการพลศึกษาสมาคมกีฬาจังหวัด ศูนย์การกีฬาแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการปิดประกาศโปสเตอร์มวยไทยอันดามัน ที่สำคัญที่สุดคือประสานกับโรงแรมเพื่อนำเสนอมวยไทยอันดามันโดยผ่านเคเบิลทีวีท้องถิ่นซึ่งใช้กันอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน

5. ประชาสัมพันธ์ผ่านระบบการติดต่อสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communication : IMC) ซึ่งมีหลักการง่าย ๆ คือประชาสัมพันธ์มวยไทยอันดามันโดยผ่านกลยุทธ์ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าคือนักท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบทั้งการโฆษณา การจัดกิจกรรมการตลาดเช่นการทำโรดโชว์และการออกร้านสินค้า การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย ตลอดจนการทำตลาดผ่านทางโทรศัพท์และเว็บไซต์เป็นต้น และจากการศึกษาพบว่าประชาสัมพันธ์โดยผ่านกลยุทธ์ดังกล่าวสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกสูงต่อการดำเนินธุรกิจทุกรูปแบบ

6. หลังจากที่ได้ดำเนินธุรกิจได้ระยะหนึ่งกลุ่มจังหวัดอันดามันควรจะมีรายการโทรทัศน์ประเภทสารคดีเป็นของตนเองคือ "Muay Thai Andaman Chanel" ทั้งนี้เนื่องจากคนทั่วโลกไร้พรมแดน (World Wide) อย่างเช่นในปัจจุบันจะใช้เวลาไปกับรายการบันเทิงประเภทต่าง ๆ โดยเฉพาะประเภทสารคดีทางโทรทัศน์เป็นจำนวนมากโดยไม่เลือกเพศและวัย ดังนั้นช่องทางนี้ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะสามารถประชาสัมพันธ์มวยไทยอันดามันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. ข้อเสนอแนะ

3.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับทิศทางการจัดและบริหารเชิงบูรณาการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของพื้นที่อันดามันในช่วงที่มีการท่องเที่ยวน้อย

1. กลุ่มจังหวัดอันดามันควรจัดตั้งองค์กรเครือข่ายในการจัดและบริหารเชิงบูรณาการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service Marketing Unit) คือมีรูปแบบการดำเนินงาน ปรัชญา วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายที่ชัดเจน

โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้มีคณะกรรมการบริหารงานกำกับดูแลและประสานงานที่มีระเบียบและกฎหมายรองรับอย่างถูกต้องซึ่งอาจจะเป็นหน่วยงานย่อยของสมาคมผู้ประกอบการมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามัน หรือองค์กรอื่นใดตามความเหมาะสมแล้วแต่จะตกลงกัน และเพื่ออำนวยความสะดวกด้านข่าวสารตลอดจนข้อมูลการท่องเที่ยว อันได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง ที่พัก อาหาร ภูมิอากาศ การเตือนภัย พิบัติภัยคลื่นสึนามิ ตลอดจนดำเนินการติดต่อประสานงานเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเงินตรา ผักและถนอมเงินจากธนาคาร ตั๋ววีซ่า และประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง อาจจัดตั้งศูนย์ประสานงานย่อยเป็นหน่วยงานเสริมทางด้านการตลาดระดับจังหวัด (Supportive Marketing Unit) อีกด้วยก็ได้

2 กำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดและบริหารมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอันดามันโดยมีจุดเน้น 4 ประการดังต่อไปนี้

2.1 การอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติโดยอาศัยหลักการเชื่อมโยงทุกองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเพื่อนำไปสู่เป้าหมายเดียวกัน กล่าวคือคุ้มครองทรัพยากรระยะยาว รณรงค์ให้มีการใช้ทรัพยากรโดยไม่ทำให้เสื่อม ตลอดจนแก้ปัญหาความขัดแย้งในการใช้ทรัพยากร เพราะทรัพยากรธรรมชาติเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวทุกรูปแบบให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

2.2 จัดและบริหารมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามันโดยใช้รูปแบบของกลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Sports Tourism Management Model) ตามแนวคิดของ วิทยาคิต เต็งกูสุลัยมาน (2550 : 51) ซึ่งเป็นที่รู้จักในวงการท่องเที่ยวว่า “ ZEAASPA “ ประกอบไปด้วยการจัดและบริหารปัจจัยต่าง ๆ 7 ด้าน อันได้แก่ การจัดระเบียบแหล่งท่องเที่ยว (Zoning) การจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (Environment) การจัดการด้านเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) การจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย (Safety) การจัดการด้านบุคลากร (Personnel) และการจัดการด้านกิจกรรม (Activity) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อยเป็นช่วงที่มีการแข่งขันสูงมากสิ่งหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่อย่างดีก็คือการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้นค่ายมวยควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องกับอรรถประโยชน์ของนักท่องเที่ยวและเหมาะสมกับกิจกรรมด้วยหรือผลิตภัณฑ์ที่ขายด้วย เช่นจัดให้มีสระว่ายน้ำ ห้องเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย ชูบเปอร์มาร์เก็ตที่ประกอบด้วยสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันและอาหารเสริมสุขภาพสำหรับนักมวย ห้องอาหารที่มีบรรยากาศเหมาะสมน่าใช้บริการ ตลอดจนห้องนั่งเล่นและถูกสุขลักษณะเป็นต้น

2.3 นำแนวคิดส่วนผสมการตลาดทางการกีฬา (Marketing Mix : Five Ps) อันได้แก่ราคา ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการตลาด

การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ (Mullin, 2000 : 38) หลักการว่าด้วยความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์กีฬา (Three As) อันได้แก่ การเข้าถึง สิ่งดึงดูดใจ และสิ่งอำนวยความสะดวก มาใช้อย่างประสมประสานและเกิดคุณค่า (Levine, 1977 : 1) ตลอดจนหลักการเกี่ยวกับการจัดการตลาดด้านการกีฬาอันได้แก่นั่นความสนุกสนาน (Fun) อำนวยความสะดวก (Affordable) รักษาสัมพันธ์ภาพอันดีแฟนคลับ (Fan) กับผลิตภัณฑ์ และง่ายต่อการเข้าถึง (Accessible) หรืออีกนัยหนึ่งก็คือจัดซื้อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ง่ายและสะดวก (Hunter, 2000 : 397) มาปรับใช้อย่างเหมาะสม

2.4 นำกฎทองของการทำตลาดมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว (Golden Rule in Muay Thai Marketing) ใช้ชื่ออย่างเป็นทางการว่า “Raja Syed Tengku Sulaiman’s Four Fs in Muay Thai Marketing” ของวิทยาคิต เต็งกูสุลัยมาน (2553 : 30) มาปรับใช้อย่างเหมาะสม กฎทองดังกล่าวประกอบด้วย 4 เอฟ (4Fs) อันได้แก่ F1 ต้องมีแฟนคลับ (Fans) ที่ภักดีต่อองค์กรเป็นของตนเอง F2 ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ที่เหมาะสมและนักท่องเที่ยวรับได้ F3 ต้องจัดให้สนุกสนาน (Fun) เป็นที่ประทับใจแฟน ๆ และ F4 ต้องมีความยุติธรรม (Fair) โปร่งใส ซื่อสัตย์สุจริต ไม่เท็จ ไม่ปลิ้นปล้อน และไม่หลอกลวงทั้งในแง่ของการบริหารจัดการ ราคา ผลิตภัณฑ์และอื่น ๆ เช่นชกแข่งขันมวยไทยก็ต้องชกจริงไม่แสดงเพื่อตอบตาและการตัดสินใจของกรรมการก็ต้องยุติธรรมเหล่านี้เป็นต้น

3. ปฏิบัติการเชิงรุก คือการตัดสินใจเพื่อป้องกันภาวะวิกฤตหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือนโยบายการบริหารจัดการที่ใช้ทั้งวิธีการป้องกันและการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบบนพื้นฐานของศักยภาพที่มีอยู่ควบคู่กันไป นั่นก็หมายความว่าถึงแม้กลุ่มจังหวัดอันดามันจะมีตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของจังหวัดแตกต่างกันไปบ้าง แต่เนื่องจากทั้งสามจังหวัดเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่ตั้งเรียงรายอยู่บนชายฝั่งทะเลอันดามันเช่นเดียวกัน ซึ่งจะมีผลทำให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ทางด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มซึ่งหมายรวมถึงมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวด้วยให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและพร้อมกันได้อย่างผสมกลมกลืนโดยการนำหลักการจัดและบริหารเชิงบูรณาการดังกล่าวข้างต้นมาใช้ที่เหมาะสม

4. กลุ่มจังหวัดอันดามันควรส่งเสริมและฟื้นฟูกิจกรรมกีฬา การละเล่นพื้นบ้าน การแสดง ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านที่สามารถนำเสนอควบคู่กับมวยไทยได้อย่างลงตัว เช่น ศิลปะป้องกันตัวอย่างไทยทั้งกระบี่กระบอง ดาบ หอก ทวน โลหิต์ ตั้ง และเขน การควงพลองไฟ ห่วงไฟ และเชือก ตลอดจนศิลปะการแสดงมโนราห์ หนังตะลุง และลิเกป่า เป็นต้น อย่างไรก็ตามกิจกรรมที่นำเสนอนักท่องเที่ยวนั้นต้องเป็นกิจกรรมเรียบง่ายและไม่มีสัปดาห์มากมาย ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยง

สภาพดินฟ้าอากาศที่ไม่อำนวยซึ่งมักจะแปรเปลี่ยนเสมอในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย

5. กลุ่มจังหวัดอันดามันควรวางแผนรับมือกับสภาพดินฟ้าอากาศในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยวน้อย โดยเฉพาะอย่างยิ่งภารกิจที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย การช่วยเหลือ และเอื้ออาทรต่อนักท่องเที่ยว เช่นการเตรียมการเกี่ยวกับเครื่องผลิตกระแสไฟฟ้า รม เสื้อกันฝน ตลอดจนบริการรถรับส่งนักท่องเที่ยวเมื่อฝนตก พายุฟ้าคะนอง และเหตุการณ์อื่น ๆ อันเนื่องมาจากภัยธรรมชาติ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ดูเหมือนจะเป็นเรื่องเล็กน้อยแต่ถ้าสามารถจัดและบริหารอย่างดีก็จะกลับกลายเป็นเสน่ห์ที่สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้ก็เท่ากับการบริหารจัดการตลาดไปในตัว

6. กลุ่มจังหวัดอันดามันควรจัดกิจกรรมมวยไทยให้สอดคล้อง

ต่อเนื่องและเชื่อมโยงอย่างเหมาะสมทั้งเส้นทางท่องเที่ยว สถานที่กิจกรรม และสภาพดินฟ้าอากาศ ทั้งนี้เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและใช้เวลาในกลุ่มจังหวัดอันดามันมากที่สุดเท่าที่จะทำได้

7. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องสร้างความเชื่อมั่นใน

ความปลอดภัยบริเวณแหล่งท่องเที่ยวด้านมวยไทย ทั้งในเรื่องกรณีพิบัติ โรคติดต่อในช่วงฤดูฝน และการก่อการร้ายสากล เพราะสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจด้านการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ

8. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องตระหนักและให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการในทำนองลูกค้าคือพระเจ้า และขณะเดียวกันจะต้องยกระดับและพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ “ Amazing Thailand : Muay Thai Andaman Green Season One Price” ตลอดจนตรวจรางวัลซึ่งเป็นชื่อที่ใช้โฆษณารายการแข่งขันคือ “ศึกยอดคนเหล็กอันดามัน” (Andaman Iron-man Super Fight) ตลอดจนผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นโดยเฉพาะไม่เหมือนใครและไม่เหมือนใครคือแพ็คเกจทัวร์ลำดับที่ 8 “Andaman Ironman XL : A-I XL” ให้เข้มแข็งและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในการเดินทางต้นต้นมาร่วมแข่งขันอย่างเนื่องแน่นตลอดทั้งปี วิธีการหนึ่งที่จะส่งเสริมให้ตราผลิตภัณฑ์มีความแข็งแกร่งและเป็นที่ยอมรับคือการสร้างอัตลักษณ์ให้อันดามันเป็น “เมืองมวยไทย” ซึ่งอาจจะใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า “Muay Thai City” หรือ “Muay Thai Land” ก็ได้แล้วแต่ความเหมาะสม กล่าวคือให้ทุกหน่วยงานของพื้นที่อันดามันเดินสายไปด้วยค่ายมวยไทย เวทีมวยไทย กิจกรรมมวยไทย ตลอดจนศิลปินวัฒนธรรมที่สามารถเป็นเครื่องเคียงของมวยไทยได้เช่น กระบี่กระบอง การควงพลองไฟ เป็นอาทิ และแนวทางที่จะเป็นไปได้มากที่สุดก็คือส่งเสริมให้สถานศึกษาทุกระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา อุดมศึกษา ให้จัดค่ายมวยไทยหรือศูนย์ฝึกมวยไทยและมีการจัดกิจกรรมคือฝึกซ้อมและแข่งขันตลอดทั้งปี

นอกจากนี้จะต้องส่งเสริมให้องค์การบริหารส่วนตำบลทุกตำบลในพื้นที่อันดามันจัดอุปกรณ์และสถานที่ออกกำลังกายซึ่งอาจจะเป็นเวทีหรือลานมวยไทยไว้ในสวนสาธารณะหรือสนามเด็กเล่นเพื่อเปิดโอกาสให้คนทุกชาติทุกภาษาได้ลิ้มลองรสชาติของมวยไทย หรือพูดกันง่าย ๆ ก็คือไม่ว่านักท่องเที่ยวจะเดินทางเยื้องย่างไปที่ไหนกวาดสายตาไปที่ได้ในอันดามันก็เห็นแต่ค่ายมวย เวทีมวย และมีกิจกรรมมวยไทยเคลื่อนไหวตลอดกลางกำหนดเป็นภาพในใจว่า “Andaman is the Real World of Muay Thai”

9. กลุ่มจังหวัดอันดามันต้องเกิดให้มีการประสานงานกันระหว่างองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในการที่จะส่งเสริมมวยไทยให้เป็นสินค้าออกของพื้นที่อันดามันอย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องระดมทรัพยากรของกันและกันที่มีอยู่ทั้งในแง่ของบุคลากร แหล่งทุน องค์ความรู้ ตลอดจนปัจจัยเกี่ยวพันอื่น ๆ อย่างเป็นระบบและเหมาะสม และเมื่อพูดถึงอันดามันแล้วแทบที่จะกล่าวได้ว่าเป็นพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรที่จำเป็นต่อการพัฒนาธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอย่างครบถ้วนและค่อนข้างลงตัว ยกตัวอย่างเช่นด้านงบประมาณซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่ทุกโครงการจะต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับ 1 และขณะเดียวกันก็มักจะเป็นประเด็นและปัญหาที่ถกเถียงกันมากที่สุด แต่สำหรับการยกระดับมาตรฐานมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในอันดามันแล้วงบประมาณไม่ใช่เรื่องยากขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการอย่างไรเท่านั้น อย่างน้อยที่สุดอันดามันก็ประกอบไปด้วยองค์การบริหารส่วนตำบลที่มีรายได้อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวและมียอดรวมมากในระดับต้น ๆ ของประเทศ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลป่าตองและเชิงทะเลจังหวัดภูเก็ต องค์การบริหารส่วนตำบลอ่าวนางและสันตาใหญ่จังหวัดกระบี่ ตลอดจนองค์การบริหารส่วนตำบลคึกคักบริเวณเขาหลักจังหวัดพังงาเป็นต้น นอกจากนี้สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ยังได้รับการจัดสรรขุดทุนเพื่อใช้จ่ายเป็นค่าสนับสนุนส่งเสริมกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อสุขภาพ (Sport for all) ของประชาชนและเยาวชนในพื้นที่ซึ่งเป็นเขตบริการวิชาการและวิชาชีพของสถาบันคือจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นเงินหลายล้านบาทต่อปี ซึ่งเงินก้อนนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการอนุรักษ์ ส่งเสริม และฟื้นฟูค่ายมวยเวทีมวย ตลอดจนจัดตั้งศูนย์ฝึกกีฬามวยไทยได้ทั่วอันดามันอีกด้วย

10. กลุ่มจังหวัดอันดามันจะต้องเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมอันได้แก่การให้บริการที่ดี ราคายุติธรรม ส่งเสริมการตลาดอย่างเหมาะสม ง่ายต่อการจัดซื้อจัดหา ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญที่สุดก็คือมีการร่วมมือในเชิงธุรกิจที่ชัดเจนตลอดจนมีองค์การกลางเป็นตัวเชื่อมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

11. กีฬาเพื่อการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจแห่งความสนุกสนาน อิมเมจ (Fun business) ซึ่งเป็นที่มาของความสุข และจากการศึกษา

ของนักวิชาการด้านตลาดการกีฬา (Sport marketing)พบว่าความสุขที่ได้รับจากกีฬาเป็นความสุขที่เป็นธรรมชาติบริสุทธิ์และมหัศจรรย์ ที่สำคัญคือสามารถก้าวพ้น หล่อเลี้ยง และจรรโลงชีวิตมนุษย์ให้สามารถดำรงอยู่ได้และประสบความสำเร็จตามครรลองได้อย่างราบรื่น และสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะก่อให้เกิดความพึงใจไขว่คว้าและทุกครั้งที่มีโอกาสดังกล่าวก็จะเข้าร่วมกิจกรรมโดยไม่รีรอซึ่งเราเรียกกันโดยทั่วไปว่า “ติดกีฬา” ด้วยเหตุนี้พื้นที่อันดามันจะต้องนำเสนอเนื้อหาสาระทุกแง่มุมเกี่ยวกับมวยไทยทั้งการชม การชก การฝึกหัดเรียนรู้ให้สอดคล้องและเป็นสิ่งที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ซึ่งจากการศึกษาครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้พื้นที่อันดามันบรรจุกิจกรรมการเรียนรู้และฝึกมวยไทยทั้งในแง่ของมวยไทยอาชีพและกัลยภัณฑ์มวยไทยเพื่อประยุกต์ใช้กับการต่อสู้ประเภทอื่นอันมีมวย K 1 และ Ultimate Fighting เป็นอาทิไว้ในโปรแกรมทัวร์ด้วย แต่ทั้งนี้ใครผู้ฝึกสอนควรจะเป็นอดีตนักมวยไทยระดับแชมป์โลกและมีทักษะในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ควรจัดโปรแกรมท่องเที่ยวตามเส้นทางที่กำหนดในลักษณะของการท่องเที่ยววันเดียว (One day tour) จัดการแข่งขันมวยไทยระดับชิงแชมป์โลกให้นักท่องเที่ยวได้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้จัดกิจกรรมการแข่งขันชมมวยไทยที่แปลกใหม่ ตื่นเต้น และมาสนใจแต่ยังคงรักษาไว้ซึ่งจารีตประเพณีมวยไทยไว้อย่างครบถ้วน และสิ่งที่ขาดเสียไม่ได้ก็คือกิจกรรมให้ใคร่ครุมวยไทย อาวุธมวยไทย แม่ไม้มวยไทย ตลอดจนศิลปะการต่อสู้และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องคือกระบี่กระบอง การควงพลองไฟ ดนตรีมวยไทย การแสดงและการละเล่นพื้นบ้าน โดยเฉพาะการรำมโนราห์อย่างได้ขาดแต่ทั้งนี้จะต้องจัดการนำเสนอได้อย่างเหมาะสมและลงตัว ส่วนทางด้านเวทีการแข่งขันก็ต้องเตรียมการเกี่ยวกับการเลือกสรรนักชกให้เหมาะสมกับที่เป็นกีฬาของลูกผู้ชายไทยคือรูปร่างต้องดีได้สัดส่วนบึกบึนแสดงให้เห็นว่าเป็นผู้มีสมรรถภาพทางกายดีและควรเป็นมวยรุ่นใหญ่และการชกก็ควรอยู่ที่ 3 - 5 ยก แต่ทั้งนี้ต้องออกหมัดออกเข่าออกอาวุธที่ชัดเจนสนุกเร้าใจไม่เป็นมวยเดินให้หมดยกไป สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการพากษ์และการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นที่จำเป็นขณะชกแข่งขันบนเวทีจะต้องชัดเจนประกอบไปด้วยลีลาที่ตื่นเต้นเร้าใจสนุกสนาน และสิ่งที่ข้ามไปโดยไม่กล่าวถึงไม่ได้คือสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งถือเป็นกฎเกณฑ์สำคัญดอกหนึ่งและถ้าจัดการอย่างมีระบบที่ดีก็จะเป็นการส่งเสริมการตลาดได้อย่างวิเศษโดยไม่ต้องโฆษณา ดังนั้นพื้นที่อันดามันจะต้องจัดสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและดีที่สุดสำหรับการดำเนินธุรกิจมวยไทยในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยววันเดียว และสิ่งนี้นักท่องเที่ยวประสงค์จะได้รับเป็นอันดับต้น ๆ ได้แก่ท่าเลที่ตั้งต้องเหมาะสมและถ้าเป็นไปได้ให้อยู่ในบริเวณซึ่งเป็นที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวเช่นชายหาดเป็นต้น นอกจากนี้เวทีต้องเป็นเวทีมาตรฐานมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง

ห้องน้ำต้องสะอาด ที่นั่งชมต้องเหมาะสมสะดวกสบาย ที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มสะอาดถูกหลักอนามัยและมีชุดอุปกรณ์ดับเพลิงพอเพียงแก่การใช้ประโยชน์สิ่งนี้จะมีผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวและจะเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และทำให้ตรามวยไทยอันดามันแข็งแกร่งขึ้นอีกด้วย

3.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

1. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับการจัดและบริหารกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอันดามันในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยววันเดียวโดยแยกเป็นประเภทกีฬาและให้เน้นพัฒนากีฬาเพื่อการท่องเที่ยว โดยเฉพาะชนิดหรือประเภทกีฬาในร่มหรือที่สามารถทำสนามเทียมและแข่งขันในร่มได้ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงสภาพดินฟ้าอากาศที่แปรปรวนในช่วงฤดูที่มีการท่องเที่ยววันเดียว ที่สำคัญที่สุดก็ต้องเป็นกีฬาที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวเช่น วอลเลย์บอลชายหาด และกีฬาพื้นเมืองอื่น ๆ เป็นต้น
2. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับนุปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทยอันดามันในช่วงที่มีการท่องเที่ยววันเดียว
3. ควรทำการวิจัยเกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมและพัฒนามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดอันดามันให้เข้าสู่เส้นทางท่องเที่ยวระดับโลก

4 กิตติกรรมประกาศ

การทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลงด้วยดีก็เพราะได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยและคณะนักวิจัยขอกราบขอบพระคุณสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ผู้เชี่ยวชาญที่ร่วมในกระบวนการเคลฟายเทคนิค ผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นที่กรุณาให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยและเข้าร่วมสัมมนากลุ่มย่อย ขอขอบคุณศูนย์กีฬาแห่งประเทศไทยและสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ขอขอบคุณรองอธิการบดีสถาบันการพลศึกษาประจำวิทยาเขตกระบี่ ที่ให้การสนับสนุนการทำวิจัยครั้งนี้ และท้ายที่สุดนี้ขอขอบคุณค่ายมวย เวทีมวย บริษัทนำเที่ยวในพื้นที่อันดามันที่เปิดโอกาสให้คณะผู้วิจัยได้ศึกษาดูงานและสัมภาษณ์ตลอดจนขอกราบขอบคุณเจ้าของเอกสาร ตำรา และรายงานวิจัย ที่ได้ใช้ศึกษาประกอบการวิจัยครั้งนี้จนสำเร็จลงตามเป้าหมายที่วางไว้ทุกประการ

เอกสารอ้างอิง

รายาศิต เต็งกูสุลัยมาน. (2550). “มวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว”. **รวมบทความวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

- _____ (2553). มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์
นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน. กระบี่. เอส ที
เอส พรินท์ติ้ง เซอร์วิส.
- _____ . (2550). รายงานวิจัยเรื่องการจัดและ
บริหารกีฬาเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว
กึ่งอนุรักษ์บนพื้นที่ชายฝั่งทะเลอันดามันอย่างยั่งยืน.
กระบี่. เอส ที เอส พรินท์ติ้ง เซอร์วิส.
- _____ (2548). รายงานวิจัยเรื่องศักยภาพของ
ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของจังหวัดภูเก็ต
พังงา และกระบี่. กระบี่. เอส ที เอส พรินท์ติ้ง เซอร์วิส.
- สุถีย์ มณีวงศ์. (2549). **ทริป แม็กกาซีน**. กรุงเทพมหานคร.
ฐานการพิมพ์จำกัด.

สุธี ศรีสุขและคณะ. (2552). รายงานการวิจัยเรื่องปัญหาของผู้
ประกอบการเรือหางยาวนำเที่ยวบริเวณอ่าวพระนาง
จังหวัดกระบี่. เอกสารอัดสำเนา.

- Hunter, S. (2000). The Shave of Thing to Come. In *Sport Marketing*. B.J. Mullin, S. Haroy, & W.A. Sutton, edition. Champaign, IL. Human kinetics Publishers, Inc.
- Levien. M. (1977). Know Your Facility's Drawing Radius. *Sport Marketing Review*. Spring
- Mullin, Beanaro. J., Haroy, Stephen., & Sutton, William. A. (2000). *Sport Marketing*. Champaign, IL. Human kinetics Publishers. Inc.

ภาคผนวก จ

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลจากโครงการไปใช้ประโยชน์

การใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย
เรื่อง “มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน
ดร.รายาศิต เต็งกุสุลย์มาน

| ประเด็นที่นำไปใช้ประโยชน์ | หน่วยงานที่นำไปใช้ประโยชน์ | วิธีการนำไปใช้ประโยชน์ | ผลของการใช้ประโยชน์จากการวิจัย |
|--|-----------------------------|--|---|
| 1. ภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน | กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา | รายงานในที่ประชุมติดตามความก้าวหน้าการประกันคุณภาพในการศึกษาของสถาบันการพลศึกษาเมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2553 | ศูนย์พัฒนามวยไทยในสถาบันได้รับงบประมาณสนับสนุนการทำวิจัยเรื่องปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการด้านมวยไทยในอันดามัน 6 จังหวัด ในปีงบประมาณ 2554 (60,900 บาท) และในปีงบประมาณ 2555 เรื่องมาตรฐานมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน |
| 2. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน | กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา | รายงานความก้าวหน้าการทำวิจัยในที่ประชุมสภาสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ | ปีงบประมาณ 2554 สถาบันได้รับงบประมาณในการก่อสร้างเวทีมวยมาตรฐานที่สามารถ |

| | | | |
|--|--|---|---|
| | | เมื่อวันที่ 12 พฤษภาคม 2553 | รองรับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติได้ จำนวน 1 หลัง |
| 3. นวัตกรรมเชิง พาณิชย์นอกฤดูกาล ท่องเที่ยวพื้นที่อันดา มันด้านมวยไทย ประกอบด้วย เส้นทางท่องเที่ยว เรือเช่า แพ็คเก็จทัวร์ และการ ประชาสัมพันธ์ | ชุมชนในอันดามัน และ กลุ่มจังหวัดอันดามัน | การเดินทางเพื่อ รวบรวมข้อมูลในการ วิจัยสนทนาและเยี่ยม ชมค่ายมวย เวทีมวย และผู้ประกอบการธุรกิจ นำเที่ยว | นำข้อมูลไปปรับปรุง งานและธุรกิจที่ ดำเนินการอยู่และการ พัฒนากลุ่มจังหวัด |

| ประเด็นที่นำไปใช้ ประโยชน์ | หน่วยงานที่นำไปใช้ ประโยชน์ | วิธีการนำไปใช้ ประโยชน์ | ผลของการใช้ ประโยชน์จากการ วิจัย |
|--|--|--|---|
| 4. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการ ดำเนินธุรกิจเพื่อการ ท่องเที่ยวพื้นที่อันดา มัน | ชุมชนในอันดามัน และ กลุ่มจังหวัดอันดามัน | การเดินทางเพื่อ รวบรวมข้อมูลในการ วิจัย สนทนาและ เยี่ยมชมค่ายมวย เวทีมวย และผู้ ประกอบการธุรกิจนำ เที่ยว | นำข้อมูลไปปรับปรุง งานและธุรกิจที่ ดำเนินการอยู่ |
| 5. แนวทางการ ยกระดับมวยไทยสู่ ความเป็นนวัตกรรม เชิงพาณิชย์เพื่อกระ ตุ้นการท่องเที่ยวนอก | กลุ่มจังหวัดอันดา มันประกอบด้วย จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ | ประชุมกลุ่มย่อยและ แลกเปลี่ยนความ คิดเห็น | ได้แนวคิดสำหรับ จัดทำแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนากลุ่มจังหวัด อันดามัน |

| ฤดูกาลพื้นที่อันดามัน | | | |
|---|---|---|---|
| 6. การออกแบบการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิจัย และผลของการวิจัย | มหาวิทยาลัยราชภัฏ ภูเก็ต และสถาบันการ พลศึกษาวิทยาเขต กระบี่ | นำเสนอด้วยเพาเวอร์ พอยท์ประกอบการ เรียนการสอนวิชา ระเบียบวิธีวิจัยทาง สังคมศาสตร์เบื้องต้น สถิติประยุกต์ด้าน ธุรกิจ และการวิจัย ธุรกิจ | นักศึกษาสามารถ ฝึกหัดการทำวิจัยด้าน สังคมและธุรกิจได้ |

ภาคผนวก จ

ผลการดำเนินงานตามแผนการวิจัย

ผลการดำเนินงานตามแผนการวิจัย
โครงการ “มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน”

ชื่อหัวหน้าโครงการวิจัยผู้รับทุน : ดร.รายนาคิต เต็งกุศลย์มาน

หน่วยงาน : สถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อศึกษาภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน
2. เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน
3. เพื่อสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเส้นทาง โปรแกรมการนำเที่ยวและอื่น ๆ ของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง บริเวณพื้นที่อันดามัน
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศส ในการเลือกใช้บริการด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นจากการศึกษาครั้งนี้
6. เพื่อสร้างแนวทางการยกระดับมวยไทยสู่การเป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาลในอันดามัน

รายละเอียดผลการดำเนินงานของโครงการตามแผนงานโดยสรุป (พอสังเขป)

| วัตถุประสงค์ | กิจกรรมที่วางแผนไว้ | กิจกรรมที่ดำเนินการ | ผลที่ได้รับ |
|--|--|--|---|
| 1. เตรียมความพร้อมเพื่อให้งานวิจัยมีประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ | .1. จัดประชุมนักวิจัยและผู้ร่วมงานเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในภาพรวม และมอบหมายหน้าที่รับผิดชอบ | 1. ได้ประชุมนักวิจัยและผู้ร่วมงานเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในภาพรวม และมอบหมายหน้าที่รับผิดชอบ | 1. นักวิจัยเข้าใจวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยและรับทราบหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย |
| 2. เพื่อศึกษาภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน | 2.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นจากแหล่งข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ดังนี้ 1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร 2) สัมภาษณ์บุคคลในท้องถิ่น 3) ศึกษาข้อมูลจากแหล่งตามข้อเสนอแนะของชุมชน | 2. ได้ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย | 2. นักวิจัยเข้าใจการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น |

| วัตถุประสงค์ | กิจกรรมที่วางแผนไว้ | กิจกรรมที่ดำเนินการ | ผลที่ได้รับ |
|--|--|--|--|
| 3. เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน | 2.2 จัดโครงการสัมมนาร่วมกับชุมชนผู้ประกอบการค้ามวยเวทีมวย ผู้บริหารส่วนท้องถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่อง “เส้นทางสายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน” จังหวัดละ 1 ครั้ง รวม 3 ครั้ง | 2.2 ได้จัดสัมมนาเรื่อง “เส้นทางสายมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน” และได้รับรวมข้อมูลเกี่ยวกับภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจด้านมวยไทยอันดามันในการนี้ได้สัมภาษณ์ใช้แบบสอบถาม และการเยี่ยมชมค่ายมวยและเวทีมวยอีกด้วย | 3. ได้ทราบภูมิหลังและปัญหาของการดำเนินธุรกิจมวยไทยในพื้นที่อันดามัน |
| 3. เพื่อประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ บริเวณพื้นที่อันดามัน | 3.1 ประสานกับการกีฬาแห่งประเทศไทยประจำจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ในฐานะผู้กำกับดูแลค่ายมวย และเวทีมวยตามพรบ.กีฬามวยไทยเกี่ยวกับการสัมมนากลุ่มย่อยทั้ง 3 จังหวัด 3.2 สัมมนากลุ่มย่อยเพื่อประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามันโดยผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่น | 3. ได้สัมมนากลุ่มย่อยเพื่อประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวอันดามันโดยผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่น | 3. ได้ข้อมูลประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้านมวยไทยของพื้นที่อันดามัน <u>หมายเหตุ</u> ในการนี้ยังได้เชิญผู้บริหารท้องถิ่น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ตลอดจนนักวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นเข้าร่วมประชุมอีกด้วย |
| 4. เพื่อสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูกาลท่องเที่ยวด้านมวยไทย กีฬาพื้นบ้าน ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ สำหรับพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน | 4.1 ประสานกับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique) 4.2 ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามรอบที่ 1 และรอบที่ 2 4.3 จัดโครงการนำผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เกี่ยวข้องด้านทำธุรกิจมวยไทย 3 จังหวัด 4.4 ประชุมกลุ่มย่อยผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นเพื่อกำหนดนวัตกรรมประกอบด้วยเส้นทาง | 4.1 ได้ประสานกับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับกระบวนการเดลฟายเทคนิค (Delphi Technique) 4.2 ผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามรอบที่ 1 และรอบที่ 2 4.3 ได้นำผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เกี่ยวข้องด้านทำธุรกิจมวยไทย 3 จังหวัด 4.4 ได้ประชุมกลุ่มย่อยผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นเพื่อกำหนดนวัตกรรมประกอบด้วย | 4. ได้ร่างมวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูกาลท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน <u>หมายเหตุ</u> 1. การเก็บข้อมูลล่าช้าเนื่องจากผู้เชี่ยวชาญมีภารกิจรัดตัวและมีข้อจำกัดเรื่องเวลา 2. ผู้รับจ้างวิเคราะห์ข้อมูลไม่คุ้นเคยกับการใช้สถิติ มีพื้นฐานและพิสัยระหว่าง |

| | | | |
|---|--|--|---|
| | ท่องเที่ยว แพ็คเก็จทัวร์ เรืองเล่า และการประชาสัมพันธ์ | เส้นทาง การท่องเที่ยว แพ็คเก็จทัวร์ เรืองเล่า และการประชาสัมพันธ์ | ควอไทล์ต้องใช้เวลาศึกษา 3. ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมโครงการ ศึกษาดูงานน้อยเนื่องจาก ติดภารกิจ |
| วัตถุประสงค์ | กิจกรรมที่วางแผนไว้ | กิจกรรมที่ดำเนินการ | ผลที่ได้รับ |
| 5. เพื่อศึกษาความพึงพอใจ โดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มี ต่อเส้นทาง โปรแกรมการนำ เที่ยวและอื่น ๆ ของการดำเนิน ธุรกิจด้านมวดยไทย กีฬาพื้นบ้าน และศิลปวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง บริเวณพื้นที่อันดามัน | 5. ศึกษาความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการ ดำเนินธุรกิจมวดยไทยเพื่อการ ท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามันโดย ใช้แบบสอบถามซึ่ง ประกอบด้วย 3 ตอน ดังต่อไปนี้ <u>ตอนที่ 1</u> เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว ของผู้ตอบแบบสอบถาม <u>ตอนที่ 2</u> เกี่ยวกับความพึงพอใจ โดยทั่วไป <u>ตอนที่ 3</u> เกี่ยวกับความพึงพอใจ ที่มีต่อแพ็คเกจทัวร์ 3 ประเด็น คือผลิตภัณฑ์ ราคา และการ ส่งเสริมการตลาด | 5. ได้ศึกษาความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ ดำเนินธุรกิจมวดยไทยเพื่อการ ท่องเที่ยวในพื้นที่อันดามัน | 5. ได้ข้อมูลความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ ดำเนินธุรกิจมวดยไทยเพื่อ การท่องเที่ยวในพื้นที่อันดา มัน ตามแบบสอบถามตอนที่ 1 และตอนที่ 2 <u>หมายเหตุ</u> ขึ้นตอนนี้ได้เก็บ รวบรวมข้อมูล 2 ครั้ง เนื่องจากผู้ทรงคุณวุฒิให้ ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ของปัจจัย ด้านส่วนประสมทาง การตลาดกับความพึง พอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย 2 สัญชาติคือ ออสเตรเลียกับสแกนดิ เนเวียในการเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์คือแพ็คเกจทัวร์ที่ สร้างขึ้นจากการศึกษาครั้ง นี้ |
| 6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของ ปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาดกับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และ ฝรั่งเศส ในการเลือกใช้ ผลิตภัณฑ์ด้านมวดยไทยเพื่อ การท่องเที่ยวซึ่งเป็นนวัตกรรม ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาครั้งนี้ | 6. ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัย ด้านส่วนประสมทางการตลาด กับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 สัญชาติ | 6. ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของ ปัจจัยด้านส่วนประสมทาง การตลาดกับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง 4 สัญชาติ | 6. ได้ข้อมูลสัมพันธ์ของ ปัจจัยด้านส่วนประสม ทางการตลาดกับความพึง พอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายทั้ง 4 สัญชาติ <u>หมายเหตุ</u> จากข้อมูลส่วนตัวของ |

| | | | ผู้ตอบแบบสอบถามในข้อ 5 พบว่าจำนวน นักท่องเที่ยวด้านมวยไทย 4 สัญชาติคือ ชาติออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย เยอรมัน และฝรั่งเศสใกล้เคียง กันผู้ทรงคุณวุฒิจึงให้ศึกษา เพิ่มรวมเป็น 4 สัญชาติ |
|--|--|--|--|
| วัตถุประสงค์ | กิจกรรมที่วางแผนไว้ | กิจกรรมที่ดำเนินการ | ผลที่ได้รับ |
| 7. เพื่อสร้างแนวทางการ ยกระดับมวยไทย สู่อการเป็น นวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อ กระตุ้นการท่องเที่ยวนอก ฤดูกาลในอันดามัน | 7. จัดประชุมกลุ่มย่อย ผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นเพื่อระดม พลังสมองในการหาแนวทาง การยกระดับมวยไทย สู่อการ เป็นนวัตกรรมเชิงพาณิชย์เพื่อ กระตุ้นการท่องเที่ยวนอก ฤดูกาลในอันดามัน | 7. ได้จัดประชุมกลุ่มย่อย ผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นเพื่อ ระดมพลังสมองในการหา แนวทางการยกระดับมวย ไทย สู่อการเป็นนวัตกรรมเชิง พาณิชย์เพื่อกระตุ้นการ ท่องเที่ยวออกฤดูกาลในอัน ดามัน | 7. ได้แนวทางการยกระดับ มวยไทย สู่อการเป็นนวัตกรรม เชิงพาณิชย์เพื่อกระตุ้น การท่องเที่ยวออกฤดูกาลใน อันดามัน |
| 8. เพื่อสรุปผลการศึกษาให้ เป็นมโนมติที่เป็นรูปธรรมและ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ จริง (บทที่ 6) | 8. ประชุมกลุ่มย่อยผู้ทรงคุณวุฒิ ท้องถิ่นประกอบด้วยผู้ประกอบการ ธุรกิจค้ามวย เวทีมวย บริษัท นำเที่ยว ผู้บริหารองค์กรท้องถิ่น นักวิจัยท้องถิ่นตลอดจนภูมิ ปัญญาท้องถิ่นสาขาที่เกี่ยวข้อง | 8. ได้ประชุมกลุ่มย่อย ผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่น | 8. ได้บทสรุปผลการศึกษา (บทที่ 6) |
| 9. เพื่อจัดทำร่างต้นฉบับ รายงานวิจัยและพินิจอักษร | 9.1 จัดทำร่างต้นฉบับรายงาน การวิจัยที่ผ่านการตรวจสอบ และพินิจอักษรอย่างถูกต้อง 9.2 จัดทำสำเนาร่างรายงาน วิจัย 4 ฉบับ สำหรับ ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบและ ประเมิน | 9. ได้จัดทำร่างต้นฉบับ รายงานการวิจัยที่ ครบถ้วนสมบูรณ์ทั้ง ทางด้านเนื้อหาและรูปแบบ และส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบและประเมิน | 9. ได้ร่างต้นฉบับรายงาน การวิจัยที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และได้ส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบ <u>หมายเหตุ</u> เนื่องจากจังหวัดกระบี่เป็น จังหวัดเล็กมีข้อจำกัด เกี่ยวกับผู้ประกอบการด้าน สำเนาเอกสารและการเข้า รูปเล่มที่มีคุณภาพดังนั้นจึง |

| | | | |
|---|--|--|--|
| <p>10.เพื่อจัดทำรายงานวิจัยฉบับ สมบูรณ์</p> | <p>10.1ปรับปรุงรายงานวิจัยตาม ข้อเสนอแนะของ ผู้ทรงคุณวุฒิ 10.2จัดทำรายงานวิจัยฉบับ สมบูรณ์</p> | <p>10.ได้รายงานวิจัยฉบับ สมบูรณ์</p> | <p>ต้องรอคิวลำดับก่อนหลัง ทำให้การดำเนินงานขั้นต่าง ๆ ล่าช้า</p> <p>10. ได้รายงานวิจัยฉบับ สมบูรณ์และจัดทำสำเนา 4 ฉบับเพื่อส่งสำนักงานกองทุน สนับสนุนการทำวิจัย (สกว.)</p> |
|---|--|--|--|

ภาคผนวก ข

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่นด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยว
พื้นที่อันดามัน

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิท้องถิ่น
ด้านมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน

| ลำดับที่ | ชื่อ-สกุล | สถานที่ทำงาน | ประสบการณ์ |
|----------|-------------------------|--|------------------------------|
| 1 | คุณปัญญา ไกรทัศน์ | กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา | ธุรกิจค่ายมวยไทยในต่างประเทศ |
| 2 | คุณสุวิทย์ ว่องไว | ค่ายและเวทีมวยสุวิทย์ยิมส์ | หัวหน้าค่าย สอบจ.ภูเก็ต |
| 3 | จำสืบเอกวุธสรุ คงคาไหว | ค่ายมวยพรสวรรค์คอนโด | หัวหน้าค่าย |
| 4 | คุณสุทิน ศรีศักดิ์ดา | ค่ายมวยศักดิ์สุทิน | หัวหน้าค่าย |
| 5 | คุณเผด็จ ลูกจันทร์ | ค่ายมวยคราก่อนมวยไทย | หัวหน้าค่าย |
| 6 | คุณเชิดชู แซ่เอี้ยว | ค่ายมวยศิษย์สงคราม | หัวหน้าค่าย |
| 7 | คุณนเรนทร์ รอดนักรเสน | ค่ายมวยศักดิ์นเรนทร์ | หัวหน้าค่าย |
| 8 | คุณถือศักดิ์ ยุคุณธร | ค่ายมวยเชิงทะเลมวยไทย | หัวหน้าค่าย |
| 9 | คุณโอษฐ์ โรมินทร์ | ค่ายมวย อ.ปากพลียิมส์ | หัวหน้าค่าย |
| 10 | คุณไพโรจน์ บุญสพ | ค่ายมวย อบต.ไพโรจน์ | หัวหน้าค่าย |
| 11 | คุณกฤษกร ศรีวงศ์ | ค่ายมวย ศ.กฤษกร | หัวหน้าค่าย |
| 12 | คุณปรีชา โชคเกื้อ | ค่ายมวยราไว้มวยไทย | หัวหน้าค่าย |
| 13 | คุณสมชาย บิลหมัด | ค่ายมวยชินบีมวยไทย | หัวหน้าค่าย |
| 14 | คุณวิริยะ ช่วยทอง | ค่ายมวยชินบีมวยไทย | เทรนเนอร์ |
| 15 | คุณวรรณิศา แก้วมา | ค่ายมวยป่าตองบ็อกซิ่งยิมส์ | ผู้จัดการค่าย |
| 16 | คุณสมนึก พัดบุรี | ค่ายมวยศิษย์หนุ่มน้อย | หัวหน้าค่าย |
| 17 | คุณวิวัฒน์ ถนอมเกียรติ์ | ค่ายมวย ก.สเกาทอง | หัวหน้าค่าย |
| 18 | คุณเอกพล จันทร์ผาสุข | สนามมวยป่าตอง | ผู้บริหารสนาม |
| 19 | คุณพยับ ไผ่งาม | ค่ายมวยกังหันลมมวยไทย | หัวหน้าค่าย |
| 20 | คุณกวินชัย พลายกวม | ค่ายมวยก.กวินชัยเกียรติ์ชนโชติ | หัวหน้าค่าย |
| 21 | คุณปิยณัฐ ไชยมณี | ค่ายมวยไทเกอร์มวยไทย | ผู้จัดการค่าย |
| 22 | คุณบุญธรรม ญานรัตน์ | โปรโมเตอร์ พิธีกร ผู้ประกบคู่มวย | |
| 23 | คุณวิจิต แซ่ขุนทด | ค่ายมวยคราก่อนมวยไทย | เทรนเนอร์ |
| 24 | คุณวรพงศ์ พลประจบ | ค่ายมวยคราก่อนมวยไทย | เทรนเนอร์ |
| 25 | คุณศักดิ์ดา วารีศรี | ค่าย ศ.ศักดิ์ดา เกาะป็นหยี | หัวหน้าค่าย |

| ลำดับที่ | ชื่อ-สกุล | สถานที่ทำงาน | ประสบการณ์ |
|----------|-----------------------|--|-----------------------|
| 26 | คุณอุเสน หอมหวล | ค่ายมวยดาวเรืองยิมส์ ป่อแสน | หัวหน้าค่าย |
| 27 | คุณพินิจ อารีย์ | ค่ายมวยหาญบัวยิมส์ โศกกลอย | ผู้จัดการนักมวย |
| 28 | คุณกมล ทองฤทธิ์ | ค่ายมวยหาญบัวยิมส์ โศกกลอย | นักมวยอาชีพ |
| 29 | คุณสง่า เจริญสุข | ค่ายมวยหาญบัวยิมส์ โศกกลอย | เทรนเนอร์ |
| 30 | คุณเสน่ห์ ทองแป้น | ค่ายมวยหาญบัวยิมส์ โศกกลอย | เทรนเนอร์ |
| 31 | คุณธีรยุทธ วงศ์ฤทธิ์ | ค่ายมวย ศ.ร่มเพชร คลองเคียน | หัวหน้าค่าย |
| 32 | คุณวิทยา ตูลา | ค่ายมวย ช.ติเตะ คลองเคียน | หัวหน้าค่าย |
| 33 | คุณวิรัช นันทบุตร | ค่ายมวย ศ.วิรัชชัย คลองเคียน | หัวหน้าค่าย |
| 34 | คุณธนธิป สุวิจินตนา | ค่ายศักดิ์ตะเคียนทอง บางม่วง | หัวหน้าค่าย |
| 35 | คุณไพรัช เพิ่มพูน | กรรมการผู้ตัดสินมวยไทยในภูธรฝั่งอันดามัน | |
| 36 | คุณทศพร แสงบุญ | ค่าย ช.พัชชา | นักมวยอาชีพ |
| 37 | คุณธนา สารีทอง | ค่าย ช.พัชชา | นักมวยอาชีพ |
| 38 | คุณสมคิด ชูราษฎร์ | ค่าย ช.พัชชา | นักมวยอาชีพ |
| 39 | คุณอภิชัย เชื้อสมัน | ค่าย ช.พัชชา | นักมวยอาชีพ |
| 40 | คุณพิพัฒน์ คุ้มวงศ์ | ค่าย ช.พัชชา | นักมวยอาชีพ |
| 41 | คุณพรชัย แสงแร่ | ค่าย ช.พัชชา | นักมวยอาชีพ |
| 42 | คุณสรารุช พันธรักษ์ | ค่าย ช.พัชชา | นักมวยอาชีพ |
| 43 | คุณสมพร จันทร์แก้ว | ค่าย ช.พัชชา | นักมวยอาชีพ |
| 44 | คุณกฤษา รอดราวีย์ | ประธานสภา อบต. โศกกลอย โปรโมเตอร์มวย | |
| 45 | คุณสุธรรม หนักแน่น | ผู้ใหญ่บ้าน ตำบลโคกหล่อ ตะกั่วทุ่ง พังงา | |
| 46 | คุณอภิเชษฐ์ สุกักษ์ | ค่ายมวยศิษย์แม่ก ท้ายเหมือง | หัวหน้าค่าย เทรนเนอร์ |
| 47 | คุณสุชาติ ฒ นคร | ปลัดกมมวยไทยสมัครเล่นจังหวัดพังงา | |
| 48 | คุณพิเชษฐ์ ถนอมวรรณ | ผู้บริหารโรงเรียน กรรมการผู้ตัดสิน | |
| 49 | คุณอุสมาน เหมมินทร์ | ผู้บริหารโรงเรียน กรรมการผู้บริหารมวยพังงา | |
| 50 | คุณชื้อแห้ว เจริญจิตร | ค่ายมวยศ.เจริญจิตร เกาะปันหยี | หัวหน้าค่าย |
| 51 | คุณห้าหอน เจริญจิตร | ค่ายมวยศ.เจริญจิตร เกาะปันหยี | นักมวยอาชีพ |
| 52 | คุณสมาน เจริญจิตร | ค่ายมวยศ.เจริญจิตร เกาะปันหยี | นักมวยอาชีพ |
| 53 | คุณธงชัย มุกวิถ | ผู้ฝึกสอนและกรรมการตัดสินมวยไทยอาชีพ | |
| 54 | คุณสมรักษ์ สามาศย์ | กองทุนกีฬาจังหวัดพังงา ผู้ฝึกสอนและผู้ตัดสินมวยไทย | |

| ลำดับที่ | ชื่อ-สกุล | สถานที่ทำงาน | ประสบการณ์ |
|----------|-----------------------|--|-------------|
| 55 | คุณอนุชิต เสดสัน | ค่ายมวยลูกถ้าเสื้อ | นักมวยอาชีพ |
| 56 | คุณสุรชน เพ็ชรนิล | หัวหน้าศูนย์พัฒนามวยไทยและกรรมการผู้ตัดสิน | |
| 57 | คุณบรรจบ รัตนามาศ | ผู้ฝึกสอนมวยไทย ศูนย์กีฬาเพื่อความเป็นเลิศ | |
| 58 | คุณณเรศ เอียนเหล็ง | นักมวยอาชีพ (นกน้อย ชีพีเฟรชมาร์ช) | |
| 59 | คุณวิจิต ยะลา | นักวิจัยท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยวและมัลคูเทศก์ | |
| 60 | คุณสุดี จำเริญลาก | เจ้าของและผู้จัดการบริษัทมณีทิวร์ เกะลันตา | |
| 61 | คุณพิสุทธิ ภูมิภมร | เจ้าของและผู้จัดการอ่าวนางยิมส์ | |
| 62 | คุณสายัณห์ ขุนทด | เจ้าของบริษัทจันดีทิวร์แอนด์เกสเฮาส์อ่าวนาง | |
| 63 | คุณไกรศักดิ์ พุทธสุภะ | มัลคูเทศก์และผู้จัดการบริษัทอ่าวนาง | |
| 64 | คุณภานิสรา ว่องไว | มัลคูเทศก์ | |
| 65 | คุณมารีนา แวอูเส็ง | มัลคูเทศก์ | |
| 66 | คุณวีรยุทธ จำเริญลาก | มัลคูเทศก์ | |
| 67 | คุณสมาน แสงผล | มัลคูเทศก์และประกอบธุรกิจเรือแคนู | |
| 68 | คุณสุกัญญา ห้าฝา | ประธานชมรมผู้ประกอบธุรกิจโฮมสเตย์และมัลคูเทศก์ | |
| 69 | คุณประวิทย์ จำจิต | มัลคูเทศก์ด้านกีฬาปีนผาและมวยไทย | |
| 70 | คุณรุ่งโรจน์ เพชรแบก | ประกอบธุรกิจค่ายมวยไทยและมัลคูเทศก์ | |
| 71 | คุณภาณุวัฒน์ ยาวศิริ | นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวและมัลคูเทศก์ | |
| 72 | คุณธงชัย ชินรัตน์ | นักมวยอาชีพ | |
| 73 | คุณชัยสิทธิ์ แซ่ป่าง | นักวิชาการและนักวิทยาศาสตร์การกีฬา | |
| 74 | คุณอุทิศ ทศเขียว | นักวิทยาศาสตร์การกีฬา | |
| 75 | คุณสมชาย รอดทุกข์ | ประกอบธุรกิจมวยไทยและนักวิทยาศาสตร์การกีฬา | |
| 76 | คุณวรชัย แซ่ลี | นักวิทยาศาสตร์การกีฬา | |
| 77 | คุณวารินทร์ สมมุติไทย | นักวิทยาศาสตร์การกีฬา | |
| 78 | คุณกนต์ธร รักคล้าย | นักวิจัยท้องถิ่นและนักวิทยาศาสตร์การกีฬา | |

ภาคผนวก ซ

ประวัตินักวิจัย

ประวัตินักวิจัย

| | |
|-------------------|--|
| หัวหน้าโครงการ | ดร.ราชาสิต เต็งกูสุลัยมาน |
| | Dr.Raja Syed Tengku Sulaiman |
| หน่วยงานต้นสังกัด | ภาควิชาพลศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่ |
| วุฒิการศึกษา | คบ. (พลศึกษา) ศศ.ม (พลศึกษา) Ph.D. (Sports and Exercise Science) |
| โทรศัพท์ | 084-1911239 |
| E-mail | tengkusulaiman@hotmail.com |
| ผลงานวิจัย | <p>ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูเก็ต พังงา และ กระบี่ (ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยปีงบประมาณ 2548)</p> <p>การจัดและบริหารเชิงบูรณาการกีฬาเพื่อการท่องเที่ยวที่อูร์นุรักษ์ บริเวณพื้นที่อันดามันอย่างยั่งยืน (ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ปีงบประมาณ 2550)</p> <p>ทิศทางการพัฒนาสถาบันการพลศึกษาเป็นสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่น ในทศวรรษหน้า (ได้รับทุนอุดหนุนจากสถาบันการพลศึกษา ปีงบประมาณ 2550)</p> <p>ความต้องการของท้องถิ่นเกี่ยวกับการให้บริการวิชาการและวิชาชีพ ของสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ (ได้รับทุนอุดหนุนจากสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่ ปีงบประมาณ 2551)</p> <p>ความต้องการของท้องถิ่นเกี่ยวกับการให้บริการด้านกีฬาและการออกกำลังกายของสถาบันการพลศึกษาวิทยาเขตกระบี่ (ได้รับทุนอุดหนุนจากสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่ ปีงบประมาณ 2552)</p> |

มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน
(ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยปีงบประมาณ
2552)

ปัญหาการดำเนินธุรกิจมวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด
อันดามัน:ภูเก็ต พังงา กระบี่ ระนอง ตรัง และ สตูล (ได้รับทุนอุดหนุน
จากสถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่ ปีงบประมาณ 2554)

นักวิจัย

นางวรรณ พิทักษ์สานต์

Mrs.Wanna Pitaksan

หน่วยงานต้นสังกัด

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา

สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่

วุฒิการศึกษา

กศ.บ. (สุขศึกษา)

กศ.ม. (สุขศึกษา)

โทรศัพท์

081-923462

ผลงานวิจัย

ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูเก็ต พังงา และ กระบี่
(ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยปีงบประมาณ
2548)

ทิศทางการพัฒนาสถาบันการพลศึกษาเป็นสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่น
ในทศวรรษหน้า (ได้รับทุนอุดหนุนจากสถาบันการพลศึกษาปีงบประมาณ
2550)

มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน
(ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยปีงบประมาณ
2552)

| | |
|--------------------------|---|
| นักวิจัย | นางสาวกานติνούช สธิรมนัส Miss Kantinuch Sathiramanus |
| หน่วยงานต้นสังกัด | คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา สถาบันการพลศึกษา วิทยาเขตกระบี่ |
| วุฒิการศึกษา | วท.บ. (วิทยาการคอมพิวเตอร์) บธ.ม. (เทคโนโลยีสารสนเทศ) |
| โทรศัพท์ | 081-5356650 |
| ผลงานวิจัย | ทิศทางการพัฒนาสถาบันการพลศึกษาเป็นสถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่น ในทศวรรษหน้า (ได้รับทุนอุดหนุนจากสถาบันการพลศึกษา ปีงบประมาณ 2550) มวยไทย : นวัตกรรมเชิงพาณิชย์นอกฤดูการท่องเที่ยวพื้นที่อันดามัน (ได้รับทุนอุดหนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยปีงบประมาณ 2552) |