

## การศึกษาการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

### Perception of Muay Thai Soft Power by Foreign Tourists in Bangkok

วนิดา สุขไสว<sup>1</sup>, สุภัทรา มะปรางทอง<sup>1</sup> และกิงกนก เสาวภาวงศ์<sup>1\*</sup>  
Wanida Suksawai<sup>1</sup>, Supattra Maprangthong<sup>1</sup> and Kingkanok Saowapawong<sup>1\*</sup>

Received: July 31, 2024; Revised: December 14, 2024; Accepted: March 01, 2025

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร และ 2) นำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยซอฟต์แวร์กีฬามวยไทย งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 385 คน ใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ มีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีค่าความตรงตามเนื้อหา และค่าความเชื่อมั่นเป็น 0.70 และ 0.824 ตามลำดับ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21 - 30 ปี อยู่ในภูมิภาคยุโรป มีศึกษาในระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานในบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อปีประมาณ 25,001 - 50,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนใหญ่รู้จักมวยไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ และมองว่าเอกลักษณ์ของมวยไทย คือ ท่าทางแม่ไม้มวยไทย ส่วนมากมีความสนใจที่จะรับชมมวยไทย มองว่ากีฬามวยไทยสามารถเพิ่มสมรรถภาพทางร่างกายได้ มีระยะเวลาในการอาศัยอยู่ประเทศไทยต่ำกว่า 7 วัน และคาดหวังที่จะใช้จ่ายกับมวยไทยแต่ละครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท การรับรู้ถึงซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยโดยนักท่องเที่ยวได้รับสิ่งเร้าจากสื่อออนไลน์ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์มากที่สุด และมีการรับรู้ถึงสนามมวยไทยในประเทศไทย โดยตอบสนองออกมาเป็นความสนใจที่จะรับชมกีฬามวยไทย งานวิจัยนี้สามารถนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยซอฟต์แวร์กีฬามวยไทย ได้เป็นคำว่า "MUAY THAI" M (Media), U (Uniqueness), A (Accessibility), Y (Gym), T (Things), H (Health promotion), A (Attending), I (Inspiring)

คำสำคัญ: การรับรู้ ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทย การท่องเที่ยว

<sup>1</sup> สาขาท่องเที่ยว คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, Department of Tourism, Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University  
<sup>\*</sup>Corresponding author e-mail: Kingkanok@g.swu.ac.th

## Abstract

This research aimed to (1) study the perception of Muay Thai sports' soft power among foreign tourists in Bangkok and (2) develop a guideline for promoting Muay Thai sports tourism for foreign tourists. Employing a quantitative approach, the data were collected from 385 foreign tourists using a questionnaire through convenience sampling. The research instrument was validated with content validity of 0.70 (IOC) and reliability of 0.824 (Cronbach's alpha). The findings revealed that most respondents were male, aged between 21 and 30 years, from Europe, with undergraduate education, working as private company employees, and having an average annual income of approximately \$25,001 to \$50,000 (about 875,035 - 1,750,000 baht). Most respondents knew about Muay Thai before traveling to Thailand, primarily through online media. They perceived the unique Muay Thai movements as its distinctive identity. Moreover, most respondents expressed interest in watching Muay Thai matches and believed that it could enhance physical fitness. Most had stayed in Thailand for less than 7 days and spent less than or equal to 2,000 baht each time on Muay Thai activities. Regarding soft power perception, tourists received stimulation mostly from online media, advertisements, and public relations. They also showed awareness of Muay Thai stadiums in Thailand, which generated interest in watching Muay Thai sports. The guideline for developing Muay Thai sports tourism through soft power can be summarized as "MUAY THAI": M (Media), U (Uniqueness), A (Accessibility), Y (Gym), T (Things), H (Health promotion), A (Attending), I (Inspiring).

**Keywords:** Perception, Soft Power, Muay Thai, Tourism

## บทนำ

ในปี พ.ศ. 2566 การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการฟื้นตัวเป็นอย่างมาก เฉพาะในปี พ.ศ. 2566 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากกว่า 28 ล้านคน สร้างรายได้มากกว่า 1.2 ล้านล้านบาท (The National Broadcasting Services of Thailand, 2024) จากการฟื้นตัวของสถานการณ์การท่องเที่ยวดังกล่าว ส่งผลให้รัฐบาลวางแผนนโยบายในการกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง ส่งเสริมการเชื่อมต่อการเดินทาง และสนับสนุนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (The Government Public Relations Department, 2024) จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทยที่สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่ต้องการส่งเสริมให้ประเทศไทยให้สามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รวมถึง นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่เป็นหนึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและศักยภาพเช่นกัน (Ministry of Tourism and Sports, 2024) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่สนใจกีฬามวยไทย จากสถิติพบว่า กีฬามวยไทยมีส่วนในการสร้างมูลค่าตลาด ของการท่องเที่ยวรวมอยู่ที่ 1 แสนล้านบาท โดยเติบโตที่ร้อยละ 10 มีมูลค่ารวมเพิ่มขึ้นกว่า 1.2 แสนล้านบาท นอกจากนี้กีฬามวยไทยเป็นกีฬาที่มีชื่อเสียงในระดับโลก และส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบในกีฬานี้อยากจะมาเยือน ประเทศไทยสักครั้ง ดังนั้น จึงถือว่ากีฬามวยไทยเป็นซอร์ฟพาวเวอร์อย่างหนึ่งที่สำคัญของประเทศไทยและสามารถ กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สนใจกีฬาชนิดนี้ กีฬามวยไทย ถือเป็นศิลปะการต่อสู้ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย โดยเป็นศิลปะสำหรับการต่อสู้ด้วยมือ การต่อสู้ป้องกันตัว ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านร่างกาย จิตใจ และเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม เป็นศิลปะการต่อสู้ ที่สามารถใช้ต่อสู้ได้จริง หรือสามารถใช้เพื่อป้องกันตัวเองเวลาคับขัน (Sukumolnan & Romket, 2016) จากความสำคัญของกีฬามวยไทย ส่งผลให้กีฬามวยไทยเป็นที่นิยมในวงกว้างโดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ทำให้ ในกรุงเทพมหานครมีสนามมวยและค่ายมวยอยู่หลายแห่ง อาทิ สนามมวยเวทีราชดำเนิน ค่ายมวยลูกทรายทองดิน เป็นต้น กีฬามวยไทยถือเป็นศิลปะการต่อสู้ที่ได้รับความนิยมและสามารถนำไปเป็นสินค้าและบริการท่องเที่ยวได้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มีความตั้งใจอย่างแน่วแน่ที่จะใช้มวยไทยเป็นกลไกสำคัญในการสร้างซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ให้กับประเทศไทย จึงได้มีนโยบายให้การกีฬาแห่งประเทศไทยไปพัฒนาการส่งเสริมกีฬามวยไทยให้เป็น รูปธรรมและทั่วถึงด้วยนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ 5F ของรัฐบาลไทย (Ministry of Tourism and Sports, 2023) โดยนโยบายซอฟต์พาวเวอร์ 5F คือ นโยบายสนับสนุนและผลักดันให้วัฒนธรรมของไทยเป็นที่รู้จักในระดับสากล

โดยมุ่งส่งเสริม 5F ได้แก่ Food หรือ อาหาร, Film หรือ ภาพยนตร์, Fashion หรือ การออกแบบเครื่องแต่งกายของไทย, Fighting หรือ ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย อันได้แก่ กีฬามวยไทย และ Festival หรือ เทศกาลประเพณีไทย ซึ่งทั้งหมดที่ได้กล่าวไปในข้างต้นได้รับการส่งเสริมให้เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่นำมาปรับใช้ในการท่องเที่ยว (Bangkok Business, 2022) ในการผลักดันมวยไทยเป็นซอฟต์พาวเวอร์ รัฐบาลได้ทำการออกนโยบายพิเศษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวกีฬามวยไทยโดยพิจารณาให้การตรวจลงตราเพื่อเข้าประเทศไทย 90 วัน จากปกติ 60 วัน สำหรับชาวต่างชาติที่เข้ามาเรียนหลักสูตรมวยไทย ขณะเดียวกันเตรียมจัดตั้งสถาบันมวยไทยแห่งชาติเพื่อเป็นศูนย์กลางของการสร้างมาตรฐาน โดยมีหลักสูตรมวยไทยที่ชัดเจนเป็นระบบและมีความรู้ให้ชาวต่างชาติเข้ามาศึกษามวยไทย (The Government Public Relations Department, 2024) แม้ว่าทัศนคติของบุคคลทั่วไปที่มีต่อกีฬามวยไทย อาจมองว่ากีฬามวยไทยเป็นกีฬาต่อสู้ที่ใช้ความรุนแรง ซึ่งหากจะพัฒนาต่อยอดสู่การท่องเที่ยวแล้ว การรับรู้ซอฟต์พาวเวอร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เกิดการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์กีฬามวยไทยเพื่อการท่องเที่ยวในอนาคต ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการรับรู้กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพื่อส่งเสริมและเป็นแนวทางในการพัฒนาซอฟต์พาวเวอร์กีฬามวยไทยต่อไปในอนาคต

## บททวนวรรณกรรม

### 1. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงกีฬา

World Tourism Organization of United Nations (UNWTO) (2019) ได้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่า เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีการเข้าร่วมในกิจกรรมกีฬา โดยอาจมีวัตถุประสงค์หลักเป็นการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาหรือไม่ก็ได้ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมได้ทั้งในฐานะที่เป็นผู้ชม หรือเป็นผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬา

Sawatchan (2021) ได้ให้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจหรือจุดหมายเพื่อการออกกำลังกาย หรือเพื่อส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการเข้าชมการแข่งขันกีฬา หรือแม้กระทั่งการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา เช่น สนามกีฬา หรือ พิพิธภัณฑ์กีฬา เป็นต้น

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงกีฬาเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว ด้วยวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา เช่น การเรียนรู้กีฬามวยไทย การชมการแข่งขันกีฬา หรือชมพิพิธภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬา เป็นต้น

### 2. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวยไทย

Rakkadecha (2022) กล่าวถึงมวยไทยว่าเป็นการต่อสู้ที่ได้รับการพัฒนาการมาจากการสู้รบ สามารถฝึกเพื่อป้องกันตัวเอง เสริมความแข็งแรงของร่างกาย และเพื่อเป็นอาชีพ

Promthan and Jiwchinda (2023) ได้ให้ความหมายมวยไทยว่า มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ตามวัฒนธรรมไทยที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจ แฝงไว้ซึ่งศาสตร์และศิลป์

Poolsawat (2023) กล่าวถึงมวยไทยว่าเป็นศิลปะการต่อสู้แบบยืนสู้ มีรูปแบบการต่อสู้ที่สามารถใช้อาวุธได้ทั้งหมด เท้า เข่า ศอก มีการปรับปรุงพัฒนาจากสมัยสุโขทัยจนถึงปัจจุบัน

จากความหมายข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า กีฬามวยไทยเป็นศิลปะการป้องกันตัวของไทย ที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ ที่มีเอกลักษณ์คือการใช้ส่วนต่าง ๆ ของร่างกายในการต่อสู้

### 3. ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้

การรับรู้ เป็นกระบวนการการตระหนักรู้เหตุการณ์ ด้วยการรับรู้ความรู้สึก โดยมีอิทธิพลร่วมจากสิ่งต่าง ๆ เช่น อารมณ์ ประสบการณ์ แรงจูงใจ เป็นต้น

กระบวนการรับรู้ เป็นกระบวนการ โดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอนดังนี้ ขั้นที่ 1 สิ่งเร้าที่จะรับรู้ (Stimulus) ได้แก่ การสัมผัสผัสจากอวัยวะสัมผัส ขั้นที่ 2 การรับรู้ (Perception) จากการศึกษาประสาทสัมผัสวิ่งไปยังระบบประสาทส่วนกลาง ทำให้เกิดการรับรู้ของสิ่งเร้าเหล่านั้น และ ขั้นที่ 3 ตอบสนอง (Response) ออกมา โดยมีสมองแปลความหมายที่ได้รับเป็นความรู้ความเข้าใจ (Siwapat, 2006)

จากทฤษฎีและแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การรับรู้เป็นกระบวนการตระหนักรู้เหตุการณ์ ซึ่งเกิดจากการที่ได้มีสิ่งเร้าและสถานการณ์เข้ามากระทบประสาทระบบความรู้สึก จนเกิดเป็นกระบวนการการรับรู้ ทำให้มีผลต่อการแปลความหมาย

### 4. แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์

ซอฟต์แวร์ หมายถึง อำนาจอ่อนที่ค่อย ๆ ซักจูงให้ฝ่ายตรงข้ามเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือเป็นการทำให้ผู้อื่นร่วมมือโดยไม่รู้สึกรู้ว่าถูกบังคับไม่มีความรุนแรงหรืออาวุธเข้ามามีส่วนร่วม อาจมีผลประโยชน์ร่วมกัน หรืออาจเกิดจากความน่าดึงดูดใจของวัฒนธรรม (Nye, 2005; Thosrikaew, 2014; Ueapairojkit, 2022) โดยสามารถแบ่งแหล่งที่มาของซอฟต์แวร์ของประเทศ มี 3 แหล่ง ได้แก่ วัฒนธรรม ค่านิยมและนโยบายทางการเมือง (ในประเทศ) และนโยบายการต่างประเทศ โดยสามารถอธิบายได้ ดังนี้

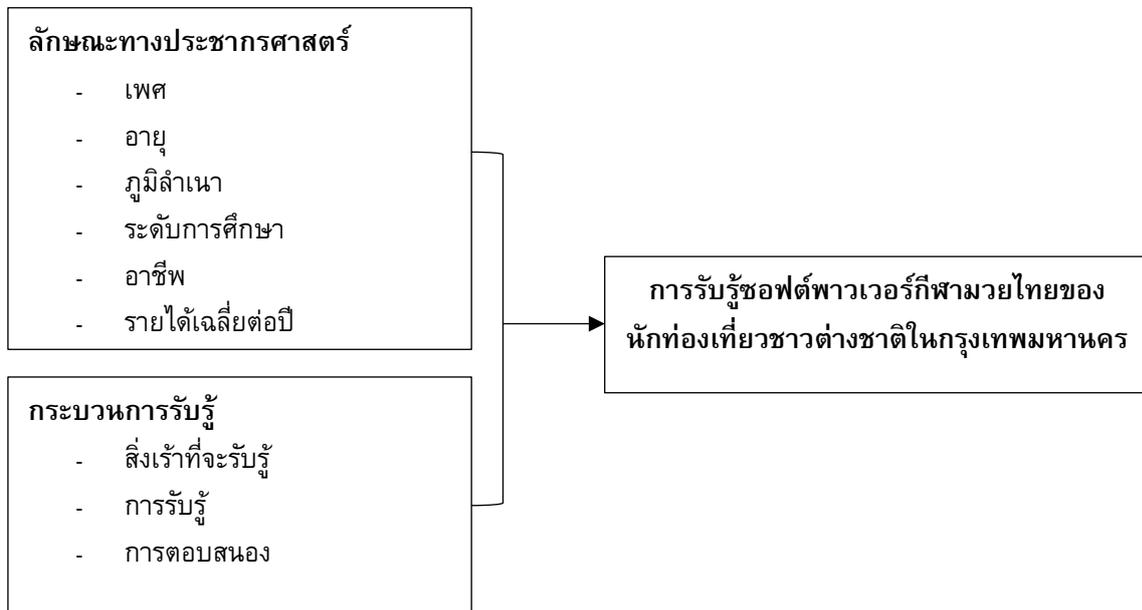
1. วัฒนธรรม คือ ค่านิยมและแนวปฏิบัติที่ยึดถือในสังคม ไม่ว่าจะเป็น วัฒนธรรมชั้นสูง (High Culture) เช่น วรรณกรรม ศิลปะ วัฒนธรรมร่วมสมัย (Popular Culture) ซึ่งมุ่งเน้นความบันเทิงสำหรับมวลชน โดยการส่งผ่านวัฒนธรรม

2. ค่านิยมและนโยบายทางการเมือง (ในประเทศ) โดยเฉพาะที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

3. นโยบายการต่างประเทศ โดยเฉพาะที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความถูกต้องชอบธรรม มีวิสัยทัศน์และแสดงออกถึงค่านิยมที่สำคัญ

โดยผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์เป็นแนวคิดเกี่ยวกับอำนาจที่จะทำให้ผู้อื่นยินดีปฏิบัติตามความต้องการ โดยไม่มีการบังคับหรือมีข้อแลกเปลี่ยน โดยแหล่งที่มาของซอฟต์แวร์ในประเทศ มี 3 แหล่ง คือ วัฒนธรรม ค่านิยมและนโยบายทางการเมือง (ในประเทศ) และนโยบายการต่างประเทศ นอกจากนี้ ซอฟต์แวร์ยังเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประเทศไทย

## กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 : กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : คณะผู้วิจัย

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวสวนลุมพินี นักท่องเที่ยวที่พบเห็นตามแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จัดกิจกรรมเพื่อสุขภาพ และบริเวณสนามมวย โดยกลุ่มตัวอย่าง คณะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบขนาดของกลุ่มประชากรของคอคแรน (Cochran, 1977) โดยสูตรของกลุ่มตัวอย่างของคอคแรน มีค่าความเชื่อมั่นที่ 95% และยอมรับความผิดพลาดได้ 5% จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ (N) = 384.16 คน ดังนั้นจากการคำนวณพบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 385 คน

2. ระยะเวลาเก็บข้อมูล อยู่ในระหว่างเดือนเมษายน - เดือนพฤษภาคม 2567

3. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม โดยมีทั้งหมด 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ภูมิลำเนา ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อปี โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์พาวเวอร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9 ข้อ โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 3 การรับรู้จากทฤษฎีกระบวนการรับรู้ (Siwapat, 2006) และแหล่งที่มาของซอฟต์แวร์พาวเวอร์ 12 ข้อ โดยลักษณะของคำถามเป็นแบบประเภทมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert's Scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของการตอบคำถามเป็นคำถามปลายเปิด

4. มีการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยการหาความตรงตามเนื้อหา (Index of item objective congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ได้ค่า IOC เท่ากับ 0.70 และทดสอบแบบสอบถามเพื่อหา

ความเชื่อมั่นกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยคำนวณสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach Alpha Coefficient Reliability) โดยได้ค่าเท่ากับ 0.824

5. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 385 คน โดยใช้การสุ่มแบบบังเอิญ

6. นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปที่มีความสามารถทางสถิติ โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งแบบ พรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานใช้การทดสอบค่าเอฟ เพื่อระบุความแตกต่างของระดับการรับรู้ซอฟต์แวร์พาวเวอร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวตามภูมิภาค

7. นำเสนอข้อมูลในรูปแบบของตารางและความเรียง

## ผลการวิจัยและอภิปรายผล

### 1. ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีการรับรู้ซอฟต์แวร์พาวเวอร์กีฬามวยไทยในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูล	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	เพศชาย	245	63.7
	เพศหญิง	133	34.5
	LGBTQIA+	7	1.8
ช่วงอายุ	21 - 30 ปี	235	61.0
	31 - 40 ปี	100	26.0
	41 - 50 ปี	20	5.2
	51 - 60 ปี	22	5.7
	มากกว่า 61 ปี	6	1.6
	ไม่ต้องการระบุ	2	0.5
ภูมิภาค	เอเชีย	68	17.7
	ยุโรป	229	59.5
	อเมริกาเหนือ	53	13.8
	อเมริกาใต้	3	0.8
	แอฟริกา	12	3.1
	อื่น ๆ	20	5.1
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	100	26.0
	ปริญญาตรี	138	35.8
	สูงกว่าปริญญาตรี	132	34.3
	อื่น ๆ	15	3.9

**ตารางที่ 1** ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทย  
ในกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ข้อมูล	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	76	19.7
	พนักงานบริษัทเอกชน	135	35.1
	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	44	11.4
	ธุรกิจส่วนตัว	87	22.6
	อื่น ๆ	43	11.2
รายได้เฉลี่ยต่อปี	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 25,000 ดอลลาร์สหรัฐ	107	27.8
	25,001 - 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ	128	33.2
	50,001 - 75,000 ดอลลาร์สหรัฐ	95	24.7
	75,001 - 100,000 ดอลลาร์สหรัฐ	31	8.1
	มากกว่า 100,000 ดอลลาร์สหรัฐ	24	6.2

จากตารางที่ 1 พบว่ามีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21 - 30 ปี ภูมิภาคยุโรป ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อปี 25,001 - 50,000 ดอลลาร์สหรัฐ

**ตารางที่ 2** พฤติกรรมการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

ข้อมูล	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การรับรู้กีฬามวยไทย	รู้จัก	159	41.3
	ไม่รู้จัก	226	58.7
การรับรู้กีฬามวยไทย	ก่อนเดินทางมาประเทศไทย	273	70.9
	ระหว่างอยู่ในประเทศไทย	112	29.1
การรับรู้กีฬามวยไทย ผ่านช่องทางต่าง ๆ*	สื่อออนไลน์	270	43.9
	เพื่อน / ครอบครัว /ญาติ	170	27.7
	โบรชัวร์	30	4.8
	ภาพยนตร์	119	19.4
	อื่น ๆ	26	4.2
การรับรู้เอกลักษณ์ของ กีฬามวยไทย*	การไหว้ครูมวย	145	24.8
	ท่าทางแม่ไม้มวยไทย	212	36.3
	บรรยากาศการแข่งขัน	164	28.1
	สินค้าที่ระลึก	51	8.8
	อื่น ๆ	13	2

ตารางที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร (ต่อ)

ข้อมูล	รายการ	จำนวน	ร้อยละ
การมีส่วนร่วมกับกีฬา มวยไทย	เคยเข้าร่วม	100	26.0
	ไม่เคยเข้าร่วม	285	74.0
รูปแบบความสนใจใน กีฬามวยไทย*	เป็นผู้เล่นกีฬามวยไทย	63	13.7
	เป็นนักกีฬามวยไทย	40	8.7
	เป็นผู้ชมกีฬามวยไทย	213	46.0
	เป็นผู้สนใจกิจกรรมท่องเที่ยวเกี่ยวกับมวยไทย	98	21.1
	อื่น ๆ	49	10.5
เหตุผลในการสนใจ กีฬามวยไทย	เพื่อเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย	131	34.0
	เพื่อเสริมสร้างเจตคติที่ดีต่อกีฬามวยไทย	97	25.2
	ต้องการเรียนรู้ศิลปะการป้องกันตัวอันเป็น เอกลักษณ์ของประเทศไทย	108	28.1
	อื่น ๆ	49	12.7
ระยะเวลาในการอยู่ อาศัยในประเทศไทย	ต่ำกว่า 7 วัน	127	33.0
	7 - 14 วัน	81	21.0
	15 - 31 วัน	72	18.7
	มากกว่า 1 เดือน	105	27.3
ค่าใช้จ่ายที่คาดหวังใน การท่องเที่ยวกีฬา มวยไทย	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท	231	60.0
	2,001 - 4,000 บาท	92	23.9
	4,001 - 6,000 บาท	31	8.1
	6,001 - 8,000 บาท	7	1.8
	มากกว่า 8,000 บาท	24	6.2

\*จำนวนผลรวมมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างเนื่องจากแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามที่สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อขึ้นไป

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักมวยไทยก่อนเดินทางมาประเทศไทย ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เพื่อน/ครอบครัว/คนรู้จัก ภาพยนตร์ โบรชัวร์ และอื่น ๆ ตามลำดับ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าเอกลักษณ์ของมวยไทย คือ ท่าทางแม่ไม้มวยไทย ส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย มีความสนใจการท่องเที่ยวมวยไทยในรูปแบบเป็นผู้เข้าชมมวยไทยเป็นหลัก โดยสาเหตุที่สนใจกีฬามวยไทย เพราะมองว่ากีฬามวยไทยสามารถเพิ่มสมรรถภาพทางร่างกายได้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการอาศัยอยู่ประเทศไทยต่ำกว่า 7 วัน และค่าใช้จ่ายที่คาดหวังที่จะใช้จ่ายกับมวยไทยในแต่ละครั้งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2,000 บาท

ตารางที่ 3 กระบวนการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

การศึกษาการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการรับรู้
<b>1. ด้านสิ่งเร้า (Stimulus)</b>	3.22	0.99	ปานกลาง
1.1 ท่านรู้จักมวยไทยผ่านคนรู้จักที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย	2.95	1.28	ปานกลาง
1.2 ท่านรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยจากภาพยนตร์หรือซีรีส์	3.23	1.19	ปานกลาง
1.3 ท่านรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยผ่านสื่อออนไลน์ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ตามแหล่งท่องเที่ยว สถานีขนส่ง หรือท่าอากาศยาน	3.42	1.21	มาก
1.4 ท่านเคยพบเจอสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย	3.29	1.46	ปานกลาง
<b>2. ด้านการรับรู้ (Perception)</b>	2.38	1.14	น้อย
2.1 ท่านรู้จักท่าทางแม่ไม้มวยไทย	2.23	1.22	น้อย
2.2 ท่านรู้จักกีฬามวยไทยหรือนักกีฬามวยไทย	2.50	1.41	น้อย
2.3 ท่านรู้จักสนามมวยในประเทศไทย	2.54	1.40	น้อย
2.4 ท่านรู้จักสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวยไทยในกรุงเทพมหานคร	2.25	1.40	น้อย
<b>3. ด้านการตอบสนอง (Response)</b>	2.92	1.07	ปานกลาง
3.1 ท่านมีความรู้ ความเข้าใจในกีฬามวยไทย	2.45	1.17	น้อย
3.2 ท่านมีความสนใจเข้าชมกีฬามวยไทย	3.51	1.24	มาก
3.3 ท่านมีความสนใจเรียนรู้อะไรเกี่ยวกับกีฬามวยไทย	3.10	1.39	ปานกลาง
3.4 ท่านมีความสนใจที่จะซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย	2.64	1.40	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่าการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 2.84$ ) ทั้งด้านสิ่งเร้า ( $\bar{X} = 3.22$ ) ด้านการรับรู้ ( $\bar{X} = 2.38$ ) และด้านการตอบสนอง ( $\bar{X} = 2.92$ ) ตามลำดับ ด้านสิ่งเร้า มีการรับรู้ถึงซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยผ่านสื่อออนไลน์ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ตามแหล่งท่องเที่ยว สถานีขนส่ง หรือท่าอากาศยาน และเคยพบเจอสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย (กางเกงมวยไทย นวม พวงกุญแจ ฯลฯ) ด้านการรับรู้ มีการรู้จักสนามมวยในประเทศไทย และรู้จักกีฬามวยไทยหรือนักกีฬามวยไทย และด้านการตอบสนอง มีความสนใจที่จะเข้าชมกีฬามวยไทยและมีความสนใจที่จะเรียนรู้อะไรเกี่ยวกับมวยไทย

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า F การรับรู้ซอฟต์แวร์พาวเวอร์กีฬามวยไทย  
ในกรุงเทพมหานคร

การรับรู้ซอฟต์แวร์พาวเวอร์กีฬามวยไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร	ภูมิภาค										F	P		
	เอเชีย		ยุโรป		อเมริกาเหนือ		อเมริกาใต้		แอฟริกา				อื่น ๆ	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			$\bar{X}$	S.D.
<b>ด้านสิ่งเร้า (Stimulus)</b>														
1. ทำนรู้จักมวยไทยผ่านคนรู้จักที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมมวยไทย	3.10	1.27	2.86	1.26	3.23	1.24	3.33	2.08	2.67	1.30	2.70	1.42	1.23	0.30
2. ทำนรู้ซอฟต์แวร์พาวเวอร์กีฬามวยไทยจากภาพยนตร์หรือซีรีส์	3.63	1.02	3.34	1.21	3.57	1.35	4.00	1.00	2.75	1.36	3.50	1.19	3.98	0.02*
3. ทำนรู้ซอฟต์แวร์พาวเวอร์กีฬามวยไทยผ่านสื่อออนไลน์ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์	3.66	1.11	3.11	1.20	3.40	1.17	3.00	1.00	2.33	1.16	3.15	1.04	1.68	0.14
4. ทำนเคยพบเจอสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย	3.71	1.22	3.20	1.49	3.26	1.56	5.00	0.00	2.75	1.77	3.05	1.05	2.61	0.02*
<b>ด้านการรับรู้ (Perception)</b>														
1. ทำนรู้จักท่าทางแม่ไม้มวยไทย	3.04	1.29	2.00	1.13	2.30	1.27	2.00	0.00	1.92	1.00	2.20	0.95	8.72	0.00*
2. ทำนรู้จักกีฬามวยไทยหรือนักกีฬามวยไทย	3.38	1.27	2.32	1.36	2.26	1.47	3.00	0.00	1.75	0.97	2.50	1.43	7.71	0.00*
3. ทำนรู้จักสนามมวยในประเทศไทย	3.37	1.31	2.36	1.34	2.42	1.46	2.67	2.08	2.00	0.85	2.35	1.42	6.46	0.00*
4. ทำนรู้จักสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวยไทยในกรุงเทพมหานคร	3.10	1.45	2.05	1.29	2.02	1.34	3.00	2.00	1.92	1.31	2.30	1.59	7.09	0.00*
<b>ด้านการตอบสนอง (Response)</b>														
1. ทำนมีความรู้ความเข้าใจในกีฬามวยไทย	3.10	1.22	2.31	1.11	2.38	1.11	3.33	2.08	1.83	1.03	2.35	0.99	6.44	0.00*
2. ทำนมีความสนใจเข้าชมกีฬามวยไทย	3.60	1.20	3.42	1.32	3.89	0.99	3.67	0.58	3.08	1.24	3.55	1.05	1.60	0.16
3. ทำนมีความสนใจเรียนรู้อกีฬามวยไทย	3.38	1.21	2.96	1.41	3.42	1.45	3.33	1.53	2.58	1.51	3.15	1.18	1.99	0.08
4. ทำนมีความสนใจที่จะซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย	3.10	1.36	2.48	1.39	2.75	1.33	4.33	1.16	2.25	0.97	2.55	1.61	3.37	0.01*

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า การรับรู้ซอฟต์แวร์พาวเวอร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานครแตกต่างกันตามภูมิภาคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $p < 0.05$ ) พบความแตกต่างในแต่ละด้าน ดังนี้ ด้านสิ่งเร้า พบความแตกต่างด้านทำนรู้ซอฟต์แวร์พาวเวอร์กีฬามวยไทยจากภาพยนตร์หรือซีรีส์ และการพบเจอสินค้าเกี่ยวกับมวยไทย โดยนักท่องเที่ยวจากแอฟริกา มีการรับรู้ต่ำกว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ

ในด้านการรับรู้พบความแตกต่างของระดับการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในทุก ๆ ด้าน โดยนักท่องเที่ยวจากเอเชีย มีการรับรู้มากกว่าภูมิภาคอื่น ๆ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาใต้ มีการรับรู้กีฬามวยไทยมากกว่าภูมิภาคอื่น ๆ ในประเด็นการรู้จักกีฬามวยไทย หรือนักกีฬามวยไทย และยังมี การรับรู้ที่มากกว่าภูมิภาคอื่น ๆ ในประเด็นเรื่องความรู้จักสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย

ในด้านการตอบสนองพบความแตกต่างของระดับการรับรู้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในประเด็นเรื่อง ความรู้ความเข้าใจกีฬามวยไทย และความสนใจที่จะซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย โดยพบว่า นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียและอเมริกาใต้มีระดับการรับรู้ที่มากกว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ

## อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกรุงเทพมหานคร จากการเก็บข้อมูลพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่อยู่ในประเทศไทยระยะเวลาต่ำกว่า 7 วัน ซึ่งสอดคล้องกับสถิตินักท่องเที่ยวของ Ministry of Tourism and Sports (2024) ที่พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีระยะเวลาพักในประเทศไทยเฉลี่ย 12.40 คืน และมีการพักค้างคืนในกรุงเทพมหานครมากถึง ร้อยละ 76.73 และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนกรุงเทพมหานครถึง 25.79 ล้านคน นอกจากนี้ส่วนใหญ่มีการรับรู้กีฬามวยไทย ผ่านสื่อออนไลน์ก่อนเดินทางมาประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonjiam and Puaratanarunkorn (2021) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านทางสื่อออนไลน์ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติยังมีความสนใจในกีฬามวยไทยในด้านการเสริมสร้างสมรรถภาพทางกาย ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Ong and Ruzmin (2016) ที่พบว่าผู้เข้าร่วมกีฬามวยไทยมีแรงจูงใจสูงจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ สมรรถภาพทางกายและการป้องกันตัว ดังนั้นรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวควรมีการส่งเสริม การท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มีคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อให้สามารถรองรับและดึงดูดนักท่องเที่ยวในระยะยาว นอกจากนี้กีฬามวยไทยถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทาง มาท่องเที่ยวประเทศไทย สอดคล้องกับ Ratanasuwongchai (2011) ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้รับสิ่งกระตุ้นให้เดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อสังเกต เรียนรู้ มีประสบการณ์ ร่วม และตระหนักคุณค่าวัฒนธรรมของจุดหมายปลายทางนั้น ส่งผลให้มรดกทางวัฒนธรรมทั้งหมดกลายเป็นทรัพยากร ที่สำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว

จากการทดสอบเกี่ยวกับการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวตามภูมิภาค พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภูมิภาคที่แตกต่างกันมีการรับรู้ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ นัยสำคัญ 0.05 จากข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาจากเอเชียจะมีการรับรู้ที่มากกว่านักท่องเที่ยวที่ มาจากภูมิภาคอื่น ๆ แสดงให้เห็นถึงการเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียสามารถเข้าถึงและรับรู้ได้มากกว่า นักท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ๆ ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวเอเชียจึงควรเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายหลักในการส่งเสริม การท่องเที่ยวด้วยซอฟต์แวร์กีฬามวยไทย นอกจากนี้ภาครัฐควรมีนโยบายในการประชาสัมพันธ์กีฬามวยไทย ในกลุ่มนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ๆ ที่มีศักยภาพ และเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยซอฟต์แวร์กีฬามวยไทย แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยผู้วิจัยสามารถเสนอแนวทางได้เป็นดังคำว่า MUAY THAI ซึ่งได้แนวทางดังกล่าวมา จากผลการวิจัยของแบบสอบถามส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทย และส่วนที่ 3 กระบวนการ การรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร

M (Media) สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์กีฬามวยไทย : ส่งเสริมการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์มวยไทย โดยเฉพาะในสื่อออนไลน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงซอฟต์แวร์กีฬามวยไทย เช่น ท่าทางแม่ไม้มวยไทย กฎกติกา และลักษณะเฉพาะของกีฬามวยไทย

U (Uniqueness) อุดมการณ์ของมวยไทย : ส่งเสริมเอกลักษณ์ของกีฬามวยไทยให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ เพื่อให้เห็นเอกลักษณ์ความแตกต่างจากมวยรูปแบบอื่น เช่น กระบวนท่า การไหว้ครูมวย

A (Accessibility) การเข้าถึงมวยไทย : ส่งเสริมให้มีการจัดการแข่งขันกีฬามวยไทยในพื้นที่สาธารณะ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเข้าถึงการชมมวยไทยได้ง่ายขึ้น

Y (Gym) ศูนย์ฝึกกีฬามวยไทย : รวบรวมสถานที่ที่มีการฝึกการเรียนการสอนหรือทำการฝึกหัดมวยไทย โดยรวบรวมให้เป็นฐานข้อมูล พร้อมทั้งปรับปรุงและพัฒนามาตรฐานภายในศูนย์ฝึกให้มีสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด ทันสมัย พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ พร้อมทั้งส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ข้อมูลศูนย์ฝึกให้เป็น ภาษาอังกฤษมากขึ้นเพื่อเพิ่มการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

T (Things) สิ่งของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวยไทย : ส่งเสริมของที่ระลึกและสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับกีฬามวยไทย เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อเป็นของที่ระลึกจากประเทศไทยกลับไปประเทศตน เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ในทางอ้อมและสนับสนุนให้เกิดเป็นซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยต่อไป

H (Health promotion) ส่งเสริมและให้ข้อมูลในเชิงสุขภาพของกีฬามวยไทย : มีท่ามาตรฐานของมวยไทย พัฒนาให้เป็นท่าออกกำลังกายและมีการให้ข้อมูลว่าการออกกำลังกายด้วยมวยไทยส่งเสริมสุขภาพอย่างไร เพราะ นักท่องเที่ยวต่างชาติหลาย ๆ คน มองว่ากีฬามวยไทยเป็นการออกกำลังกายที่ดี ซึ่งประเทศไทยควรมีการส่งเสริมให้ ภาพลักษณะมวยไทยไม่ใช่แค่การต่อสู้ป้องกันตัวแต่ยังเป็นการออกกำลังกายอีกด้วย

A (Attending) การมีส่วนร่วมในกีฬามวยไทย : มีการแบ่งรูปแบบกิจกรรมการเข้าร่วมของผู้ที่สนใจกีฬามวยไทย โดยอาจแบ่งเป็นผู้เข้าชม ผู้เรียนทักษะพื้นฐาน และรูปแบบที่ขึ้นอยู่กับความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อนำมา จัดโปรแกรมให้เหมาะสมตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

I (Inspiring) การเป็นแรงบันดาลใจให้แก่กีฬามวยไทย : ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวรับชมมวยไทย ผ่านการรับชม ภาพยนตร์ หรือสื่อออนไลน์ จนเกิดเป็นแรงบันดาลใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยว เชิงกีฬามวยไทย

## สรุปและข้อเสนอแนะ

### 1. สรุปผลการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ โดยสรุปผลการวิจัยจากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ และสรุปผลการวิจัยจากการเก็บข้อมูลในประเด็นการศึกษาการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร ในการรับรู้ถึงซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยตามทฤษฎีกระบวนกรการรับรู้ นักท่องเที่ยวได้รับสิ่งเร้าจากสื่อออนไลน์ การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ตามแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ขนส่ง หรือ ท่าอากาศยานมากที่สุด และมีการรับรู้สนามมวยไทยในประเทศไทย โดยตอบสนองออกมาเป็นความสนใจที่จะรับชม กีฬามวยไทย นำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยผู้วิจัยสามารถเสนอแนวทางได้เป็นดังคำว่า “MUAY THAI” M (Media), U (Uniqueness), A (Accessibility), Y (Gym), T (Things), H (Health promotion), A (Attending), I (Inspiring) ซึ่งหากใช้แนวทางนี้ในการส่งเสริม การท่องเที่ยวกีฬามวยไทยให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติน่าจะส่งผลให้เกิดผลดีแก่การท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะ การท่องเที่ยวเชิงกีฬาในประเทศไทย

## 2. ข้อเสนอแนะ

### 2.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

รัฐบาลควรมีการส่งเสริมมวยไทยให้ชัดเจน ทั้งด้านสิ่งเร้า ด้านการรับรู้ และด้านการตอบสนอง โดยการจัดการเข้าชมการแข่งขันมวยไทยแบบไม่เสียค่าใช้จ่ายแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หรืออยู่ในบริเวณที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเข้าถึงได้ เช่น ทำอากาศยาน ห้างสรรพสินค้า เพื่อกระตุ้นการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเน้นการกระตุ้นการรับรู้เพิ่มเติมในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภูมิภาคต่าง ๆ นอกเหนือจากเอเชีย และควรมีการเพิ่มการประชาสัมพันธ์ ทั้งทางออนไลน์ และตามแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ โดยเน้นการประชาสัมพันธ์ในหลายภาษา โดยเฉพาะเมื่อมีการจัดแข่งขันกีฬามวยไทยหรือจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย นอกจากนี้เพื่อสร้างการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยที่มากขึ้นควรมีการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งสถาบันมวยไทย และยกระดับสถาบันมวยไทยให้มีมาตรฐานเพื่อความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบในด้านซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยให้ชัดเจน

### 2.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการนำไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยผ่านสื่อออนไลน์และสื่อบนเทปเป็นช่องทางสำคัญ และมีความสนใจในกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ควรนำแนวทาง “MUAY THAI” ซึ่งประกอบด้วย Media, Uniqueness, Accessibility, Gym, Things, Health promotion, Attending และ Inspiring ไปปรับใช้ในการวางแผนพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความสนใจของนักท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค รวมถึงการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ กิจกรรมเชิงประสบการณ์ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับมวยไทยอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยในตลาดโลก

### 2.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ข้อจำกัดของการวิจัยครั้งนี้คือการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่อยู่ในกรุงเทพมหานครเพียงพื้นที่เดียว ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการวิจัยไปยังเมืองท่องเที่ยวรอง หรือพื้นที่ที่มีลักษณะนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการรับรู้ซอฟต์แวร์กีฬามวยไทยในบริบทที่หลากหลาย นอกจากนี้ ควรดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม อาทิ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อเข้าใจมิติของการรับรู้ อัตลักษณ์ และความหมายของกีฬามวยไทยในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอย่างรอบด้าน อันจะเป็นข้อมูลสนับสนุนเชิงลึกในการกำหนดนโยบายและพัฒนากีฬาท่องเที่ยวเชิงกีฬามวยไทยอย่างยั่งยืนในอนาคต

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมีผู้ร่วมดำเนินงานวิจัยเพิ่มเติม ได้แก่ นางสาวจินต์จุฑา มลาสาณต์, นางสาวอณิศรา โลหากาศ, นางสาวพนิตวีร์ เกิดกุล และนายปองพล คชพรหม

## เอกสารอ้างอิง

- Bangkok Business. (2022). "Soft power" promotes Thainess through cultural products and services, an alternative for business people. <https://www.bangkokbiznews.com/social/1008281>
- Boonjiam, D., & Puarattanaarunkorn, O. (2021). Analyzing of sports tourist behavior: Empirical study in Buriram province. *Journal of Business Administration and Accountancy*, 5(2), 1–15.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). Wiley.
- Joseph, S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Public Affairs.
- Sukumolnan, Y., & Romket, K. (2016). *History of Muay Thai*. BTS Press. [https://www.ibf-muaythai.com/Files/Name2/CONTENT5a289bfd7dbb8f1400a3e2ef61140659\\_13312528.pdf](https://www.ibf-muaythai.com/Files/Name2/CONTENT5a289bfd7dbb8f1400a3e2ef61140659_13312528.pdf)
- Nye, J. S., Jr. (2005). *Soft power: The means to success in world politics*. Public Affairs. <http://www.tinyurl.com/2b5wv9az>
- Poolsawat, M. (2023). Thai boxing arts: Model of learning and creative social network building. *Journal of MCU Social Development*, 8(1), 57–69.
- Ministry of Tourism and Sports. (2023). *Minister Pipat presided over the press conference for the competition "Local Muay Thai from Grassroots to the World 2023."* (in Thai). <https://www.mots.go.th/news/1000497>
- Ministry of Tourism and Sports. (2024). *Annual action plan (2024): Ministry of Tourism and Sports* (in Thai). [https://secretary.mots.go.th/download/article/article\\_20231116084514.pdf](https://secretary.mots.go.th/download/article/article_20231116084514.pdf)
- Ministry of Tourism and Sports. (2024). *Summary of accommodation, visitor numbers, and revenue from visitors: January to December 2023* (in Thai). <https://www.mots.go.th/news/category/705>
- Ong, T., & Ruzmin, W. I. b. W. (2016). Participation motivation in Muay Thai among Malaysians. In S. Ismail, N. Sulaiman, & R. Adnan (Eds.), *Proceedings of the 2nd International Colloquium on Sports Science, Exercise, Engineering and Technology 2015 (ICoSSEET 2015)* (pp. 103–108). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-981-287-691-1\\_13](https://doi.org/10.1007/978-981-287-691-1_13)
- Promthan, P., & Jiwchinda, C. (2023). Adaptation of Muay Thai businesses and trainers in the COVID-19 pandemic. *Journal of Social Innovation*, 6(2), 57–71.
- Rakkadecha S. (2022). The legend of Muay Thai. *Journal of Arts and Culture of the Mun River Basin*, 8 (2013), 93–96.
- Ratanasuwongchai, N. (2011). Cultural tourism development strategies. *Journal of Studies in the Field of Humanities, Faculty of Humanities, Kasetsart University*, 18(1), 31–50.
- Sawatchan, W. (2021). *Sports tourism business management in Thailand: A case study of the manager of the Bangsaen Marathon* [Unpublished Master's individual study]. Mahidol University.
- Siwapat, S. (2006). *General psychology*. Odeon Store.
- The Government Public Relations Department. (2024). *Foreign tourists traveling in Thailand in 2023 accumulated more than 27 million people*. <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/246427>
- The Government Public Relations Department. (2024). *Preparing to launch a special visa for tourists to train in Muay Thai for 90 days*. <https://trat.prd.go.th/th/content/category/detail/id/57/iid/252095>

The National Broadcasting Services of Thailand. (2024). *Revealed the number of Thai tourists in 2023, exceeding 28 million people, total income of 54,400 million baht.* <https://nbt2hd.prd.go.th/th/content/category/detail/id/2153/iid/246822>

Thosrikaew, B. (2014). *Soft power-hard power.* <https://www.thairath.co.th/content/401926>

Ueapairojkit, R. (2022). *The use of soft power to promote international relations: A case study of the Indian Council for Cultural Relations (ICCR)* [Individual Study, Ministry of Foreign Affairs of the Kingdom of Thailand]. <https://image.mfa.go.th/mfa/0/yZ0EO327fd/เอกสาร/nbt/nbt14/IS/14023.pdf>

World Tourism Organization of United Nations (UNWTO). (2019). *Sports tourism.* <https://www.unwto.org/sport-tourism>