

**แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม  
ด้วยแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด  
กรณีศึกษา : กิจกรรมไหว้ครูมวยไทยโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**

**Guidelines for Promoting Cultural Tourism Support with Marketing Mix:  
A Case Study of World Wai Kru Muay Thai,  
Phranakhon Si Ayutthaya Province**

ตรีธวัชณ์ มีสมศักดิ์ / Treethawat Meesomsak

อาจารย์สาขาศิลปะการแสดง คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่  
Lecturer of the Department of Performing Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences,  
Chiang Mai Rajabhat University.

วันที่รับบทความ 4 ตุลาคม 2564 / แก้ไขบทความ 31 กรกฎาคม 2565 / ตอบรับบทความ 28 สิงหาคม 2565

**บทคัดย่อ**

บทความวิชาการนี้เขียนเพื่อมุ่งวิเคราะห์กิจกรรมด้านศิลปะวัฒนธรรม ในมิติของการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ด้วยรูปแบบการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (Event) มุ่งเน้นนำเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาเบื้องต้นในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจากสถานการณ์โรคอุบัติใหม่ โควิด-19 ที่เป็นอุปสรรคของการจัดกิจกรรม ในมุมมองที่ใช้กระบวนการแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หรือที่รู้จักโดยทั่วไปว่า 4P พบว่า การท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาสามารถแบ่งได้เป็น 6 กลุ่ม คือ 1.แสงบุญ 2.มรดกทางวัฒนธรรม 3.เชิงประวัติศาสตร์ 4.ตามเทศกาล 5.การท่องเที่ยวพื้นเมือง และ 6 .คืนถิ่นเกิด รูปแบบกิจกรรมไหว้ครูมวยไทยโลกเป็นรูปแบบกิจกรรมที่ผสมรูปแบบการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ที่จัดต่อเนื่องมากกว่า 15 ปี ได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติมากกว่า 57 ประเทศทั่วโลก และจากสถานการณ์โรคระบาดจึงได้งดการจัดกิจกรรมชั่วคราวลงในปี พ.ศ.2563 จนถึงปัจจุบันปี พ.ศ.2564 โดยกิจกรรมภายในงานเน้นการจัดกิจกรรมและการขายสินค้าเชิงศิลปะวัฒนธรรม จากสถานการณ์ดังกล่าวจึงเสนอแนวทางแก้ไขปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของสินค้าท้องถิ่นโดยจัดขายในรูปแบบออนไลน์ และใช้กระบวนการแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) มาผสมผสานคือ 1.ด้านตัวสินค้า 2.การกำหนดราคา 3.ช่องทางการจัดจำหน่าย 4.การส่งเสริมการตลาด เพื่อนำเสนอเป็นแนวทางในการใช้สำหรับการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว สำหรับผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ได้อีกแนวทางหนึ่งจากสถานการณ์ดังกล่าว หรือการปรับใช้เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ทางวัฒนธรรมในอนาคต

**คำสำคัญ :** การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โควิด-19 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด ศิลปวัฒนธรรม ไหว้ครูมวยไทยโลก

## Abstract

This academic article is written to focus on the analysis of cultural arts activities. In the dimension of tourism promotion in Thailand with the format of tourism activities (Event). Focusing on presenting solutions to basic problems in Phranakhon Si Ayutthaya Province from the epidemic situation of Covid-19, which is the culprit of organizing activities in a wide angle by using the marketing mix factor concept commonly known as 4P. It was found that tourism in Phranakhon Si Ayutthaya Province can be divided into 6 groups: 1. Pilgrimage, 2. Cultural Heritage, 3. Historical, 4. According to festivals, 5. Indigenous tourism, and 6. Returning the place of birth: Wai Kru Muay Thai. World Wai Kru Muay Thai activities that combines various forms of tourism. Held continuously for more than 15 years. It has attracted the attention of foreigners in more than 57 countries around the world. And due to the epidemic situation, activities have been temporarily suspended from the year 2020 until the present year 2021, with activities within the event focusing on organizing activities and selling all kinds of art and culture. From such a situation, a solution to the problem of local products is proposed by selling them online and use the marketing mix factor (4P) concept process to blend, which is 1. Product side, 2. Pricing, 3. Distribution channels, 4. Marketing promotion to be presented as a guideline for promoting tourism activities for entrepreneurs or those involved can take another approach from such situations or its use for future cultural benefits.

**Keywords:** Cultural tourism, COVID-19, marketing mix concept, cultural arts, World Wai Kru Muay Thai

## 1. บทนำ

ภูมิภาคอาเซียนเป็นอีกหนึ่งกลุ่มที่มีการขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่น่าจับตามองด้วยการรวบรวมประเทศที่อยู่แถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ไว้ด้วยกัน ประเทศไทยหนึ่งในสมาชิกดังกล่าวจึงเป็นประเทศที่สามารถดำเนินกิจกรรมเพื่อการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจด้วยรูปแบบทางศิลปวัฒนธรรมที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมเดิม อีกทั้งประเทศไทยยังคงปรากฏงานด้านศิลปอยู่มาก โดยรูปแบบวัฒนธรรมดังกล่าวนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มหลัก วัฒนธรรมในด้านรูปธรรม อาทิ ศิลปะด้านวัตถุ และวัฒนธรรมที่ปรากฏในนามธรรมหรือที่ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น พิธีกรรม การละเล่น ค่านิยมต่าง ๆ รวมถึงขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีการสืบทอดกันมาจนถึงยุคปัจจุบัน ๆ (กำจร สุนพงษ์ศรี, 2560, หน้า 27) หรือที่สามารถเรียกได้อีกชื่อว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านั้นนั้นเป็นตัวสะท้อนวิถีในการดำเนินชีวิตของผู้คนที่มีมาตั้งแต่อดีตจนถึงยุคปัจจุบัน

สังคมไทยในยุคปัจจุบันมีการผสมผสานของความหลากหลายทางวัฒนธรรม อีกทั้งมีการผสมผสานในศาสตร์การข้ามแขนงของหลากหลายศาสตร์ที่รวบรวมกันอยู่และสามารถแสดงออกในได้รูปแบบ

ประเพณีความเชื่อ ที่อยู่ในภาวะของพลวัตทางวัฒนธรรม (ศิริพร ณ ถลาง, 2558, หน้า24 ) ที่สามารถแสดงออกมาให้สามารถจับต้องได้อย่างชัดเจนในรูปแบบของกิจกรรมการส่งเสริมการท่องเที่ยวในแขนงต่าง ๆ รูปแบบการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีอยู่หลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น ภายใต้การควบคุมของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับรัฐ เอกชน หรือมาในการดำเนินงานของชุมชนที่มีกันอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศไทย และได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมตามกระแสนิยมเรียกกันว่า “การท่องเที่ยวเทศกาลงานประเพณี” โดยรูปแบบเทศกาลการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นการจัดกิจกรรมที่เน้นกระบวนการ การท่องเที่ยวภายในพื้นที่ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและท้องถิ่นอีกด้วย

มวยไทย ศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวแบบไทยโดยใช้ร่างกายเป็นอาวุธ ถือเป็นอีกหนึ่งวัฒนธรรมศิลปะการต่อสู้ของชนชาติไทย โดยมีหลักฐานการบันทึกทางประวัติว่าเกิดขึ้นตั้งแต่ในสมัยอาณาจักรอยุธยา เป็นลักษณะรูปแบบการต่อสู้ป้องกันตัวโดยใช้ร่างกายเป็นอาวุธ อีกทั้งยังพัฒนาผสมผสานกับอาวุธอื่น ๆ อีกด้วย (ศึกเดช กันตมระ, 2553, หน้า 7 ) โดยศิลปะการต่อสู้มวยไทยยังได้มีการยอมรับด้านกีฬาในทั่วโลก มีการให้การยอมรับในระดับสากล นับได้ว่าเป็นอีกหนึ่งด้านทางวัฒนธรรมในชนชาติไทยที่ปรากฏให้เห็นเชิงประจักษ์ รูปแบบศิลปะการต่อสู้ ศิลปะมวยไทยยังคงแฝงคติความเชื่อในเรื่องประเพณีพิธีกรรมที่เรียกว่า พิธีไหว้ครูมวยไทยโลก ที่จัดกันมาต่อเนื่องยาวนานมากกว่า 15 ปี นับเป็นรูปแบบกิจกรรมที่มีการยอมรับจากหลากหลายประเทศจนอาจกลายเป็นวัฒนธรรมข้ามชาติ (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2555, หน้า 54) จนเป็นที่ยอมรับของผู้ที่แสวงงานสุนทรีย์บนความแข็งแกร่งแขนงนี้อย่างมুমักว้าง

จากที่กล่าวมาข้างต้นเห็นได้ว่า ศิลปวัฒนธรรมของไทยด้านภูมิปัญญามวย มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนและนำจุดเด่นขององค์ประกอบในศาสตร์มาผสมผสานกันอย่างในลักษณะกิจกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย แต่เป็นที่ทราบกันดีว่าโลกของเราได้ประสบปัญหาโรคระบาดในช่วงปลายปี พ.ศ.2562 ที่เรียกว่า โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือที่รู้จักกันในชื่อ โรคโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบอย่างมูกว้าง ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดปัญหาไม่สามารถดำเนินการจัดการได้ ผู้เขียนจึงเล็งเห็นแนวทางในการบูรณาการแนวคิดของส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการจัดกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ อีกทั้งยังคงเป็นการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม และการจัดการเป็นเชิงประจักษ์เพื่อการนำไปปรับใช้ในอนาคด

## 2. วัตถุประสงค์

เพื่อเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้วยแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กรณีศึกษา : กิจกรรมไหว้ครูมวยไทยโลก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

## 3. การดำเนินการศึกษา

ผู้ศึกษาเก็บข้อมูลด้วยสื่อสิ่งพิมพ์บทความทางวิชาการ เอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบสื่อดิจิทัลนำมาวิเคราะห์ และเขียนนำเสนอในรูปแบบความเรียง

#### 4. การท่องเที่ยวไทย

การท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้มาสู่ประเทศเป็นอันดับหนึ่ง โดยในปัจจุบันได้มีองค์กรหรือหน่วยงานที่เข้ามามีบทบาทในการดูแลและรับผิดชอบหลักคือ 4 หน่วยงาน ได้แก่

- 1) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- 2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- 3) สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพ
- 4) กรมการท่องเที่ยว

โดยเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังไม่รวมถึงหน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ภาครัฐหลัก ภาคเอกชนที่มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการส่งเสริมขับเคลื่อนแตกต่างกันไป โดยมีวัตถุประสงค์มุ่งหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอันเป็นที่มาของรายได้ในประเทศไทย รวมถึงการสร้างชื่อเสียงความทรงจำเชิงบวกในภาพลักษณ์อีกทางหนึ่ง และหนึ่งองค์กรหลักที่บุคคลชาวไทยและต่างชาติรู้จักกันเป็นอย่างดี คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือที่เรียกว่า ททท. ได้จัดทำกลยุทธ์เพื่อเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมรูปแบบของการท่องเที่ยวรวมถึงการกระตุ้น สร้างกระแสให้เกิดการรับรู้ถึงความเป็นประเทศไทยในแนวคิด Amazing Thailand ซึ่งประกอบด้วย

- 1) Thainess
- 2) Treasure Beaches Nature
- 3) Health & Wellness Trend และ
- 4) Festivities

โดย 4 รูปแบบนี้เป็นกลยุทธ์ที่นำมาขับเคลื่อนรูปแบบกิจกรรมได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะด้านเทศกาล เพราะสามารถนำมาบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อีกด้วย

#### 5. บริบทการท่องเที่ยวไทย

การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันมีความสัมพันธ์กันอย่างมากในรูปแบบหรือกระแสการท่องเที่ยวที่ส่งอิทธิพลอย่างมากในวงกว้างจนกลายเป็นธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันสามารถแบ่งได้เป็น 6 กลุ่มหลัก ๆ (ศิริพร ณ ถลาง, 2559, หน้า 26) รายละเอียดดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวแบบแสวงบุญ
- 2) การท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม
- 3) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์
- 4) การท่องเที่ยวตามเทศกาล
- 5) การท่องเที่ยวชาติพันธุ์หรือการท่องเที่ยวชนพื้นเมือง
- 6) การท่องเที่ยวคืนถิ่นเกิด

โดยรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมา นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวตามรูปแบบหรือรสนิยมของตนเอง โดยมีผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเป็นผู้ที่แนะนำตามความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว นั้น ๆ ซึ่งรูปแบบนี้สามารถนำมาปรับเป็นกลยุทธ์ที่นำมาขับเคลื่อนรูปแบบกิจกรรมได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะด้านเทศกาล เพราะสามารถนำมาบูรณาการกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อีกด้วย

ซึ่งสอดคล้องกับที่นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวภาควิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ที่กล่าวว่า

“การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” คือ การออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ในบริบทใหม่ที่แตกต่างไปจากชีวิตความเป็นอยู่ของตนเอง อีกทั้งยังได้เรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นที่คนในชุมชนท้องถิ่นสืบทอดกันมาเป็นเวลายาวนานจนก่อให้เกิดความเชื่อ ค่านิยมสืบทอดกันมาเรื่อย ๆ จนถึงปัจจุบัน โดยการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะมุ่งเน้นในเรื่องของการศึกษาในรูปแบบการชื่นชมในเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรมที่ดึงดูดของคนในท้องถิ่น แต่สิ่งที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นคือจะต้องไม่ลืมการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมให้คงอยู่ตราบนานเท่านาน โดยปลูกฝังสร้างการตระหนักรู้ การอนุรักษ์ให้กับคนในชุมชน รักษาภูมิปัญญาชาวบ้านให้คงอยู่ต่อไป” (จารุณี ศรีบุรี สัมภาษณ์, 2564, 6 มิถุนายน)

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องใช้ศิลปวัฒนธรรม มาเป็นหนึ่งในรูปแบบกลไกในการขับเคลื่อนกิจกรรมและถือเป็นรูปแบบหนึ่งที่มีความน่าสนใจ เพราะนอกเหนือจากกิจกรรมการท่องเที่ยว แล้วนั้นยังคงเป็นการสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คงอยู่และสืบทอดในอีกช่องทางหนึ่งอีกด้วย

## 6.แนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

การตลาดตามความหมายโดยทั่วไปอาจกล่าวถึง การแลกเปลี่ยนสิ่งของกับสิ่งของในสถานที่สถานที่หนึ่งตลาดจึงเป็นสถานที่จัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์รวมทั้งในการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือเพื่อการจัดหาสิ่งของเพื่อความต้องการของมนุษย์ หรือผู้บริโภค ให้ได้ปัจจัยสิ่งของตามความต้องการและยังรวมถึง ด้านความพึงพอใจ อีกทั้งการแสดงออกทางพฤติกรรมในลักษณะที่ต่างกันไปตามความต้องการ

การส่งเสริมการขายสินค้าต่าง ๆ ในปัจจุบันมีรูปแบบที่หลากหลายเนื่องด้วยสภาวะการณ์ที่ผลัดเปลี่ยนการดำเนินกิจกรรม กิจกรรมหรือธุรกิจทั้งในรูปแบบองค์กร ธุรกิจชุมชนหรือในรูปแบบอื่น ๆ โดยในการดำเนินการนั้นมีแนวคิดพื้นฐานที่สามารถมาประยุกต์ใช้ได้ในทุกองค์กร เครื่องมือที่ใช้ในด้านส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4P คือเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจ และเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยมีความหมาย สอดคล้องดังนี้

สมชาย กิจยรรยง (2561, หน้า 226) ได้ให้ความหมายว่า เป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้า บริการ เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้หรือผู้บริโภค การแสวงหา วิเคราะห์สำรวจเพื่อผลักดันผลิตภัณฑ์สู่ผู้ใช้หรือผู้บริโภค เป็นเครื่องมือเพื่อเปิดช่องทางให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำซื้อเพิ่มและซื้ออย่างต่อเนื่อง

สิริภา กิจประพทุธิกุล (2558, หน้า 23) ได้ให้ความหมายส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นเครื่องมือหรือปัจจัยที่ควบคุมได้ เพื่อตอบสนองความต้องการและการสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมายหรือเพื่อกระตุ้นกลุ่มผู้บริโภคให้เป้าหมายเกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ นอกจากนั้นซึ่งส่วนผสมทางการตลาด 4P's หรือที่เรียกว่า Marketing Mix

ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับที่นักวิชาการด้านการตลาดอาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา กล่าวถึงเครื่องมือทางหลักการตลาดที่นำมาปรับใช้ กล่าวว่า

“ปัจจัยส่วนประสมการตลาด คือ เครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรนำมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยต้องนำมาบูรณาการร่วมกันอย่างสอดคล้องและลงตัว จึงจะทำให้สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หรือบริการ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ” (ฤดี เสริมชยุต, 2564, 6 มิถุนายน)

กล่าวสรุปได้ว่า เครื่องมือทางการตลาดที่ เรียกว่า 4 P คือ สินค้า ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดได้เป็นอย่างดี เป็นเครื่องมือพื้นฐานที่ใช้สร้างเป็นแนวคิดพื้นฐานในการดำเนินงาน หรือการดำเนินด้านธุรกิจเป็นจุดเริ่มโดยสามารถใช้แนวคิดมาปรับใช้บูรณาการหรือเป็นพื้นฐานของรูปแบบการขาย ในสินค้าได้ทุกประเภท

## 7.แนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้วยแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ในช่วงปลายปี 2562 ประชากรโลกได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโคโรนา หรือที่เรียกกันอีกชื่อว่า โควิด-19 ที่ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างทั้งทางตรงและทางอ้อมในธุรกิจทุกรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการโทรคมนาคม โรงแรม การศึกษารวมถึงการท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศไทยที่เป็นประเทศที่มีรายได้หลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว เป็นแหล่งรายได้เพื่อหล่อเลี้ยงกลุ่มคนในชุมชนท้องถิ่น รายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้จ่ายใช้สอยในพื้นที่ โดยข้อมูลจากการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด แสดงให้เห็นถึงการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ดังในตารางต่อไปนี้

| ลำดับที่ | เดือน      | จำนวนนักท่องเที่ยว | รายได้จากการท่องเที่ยว | หมายเหตุ                            |
|----------|------------|--------------------|------------------------|-------------------------------------|
| 1        | กุมภาพันธ์ | -ร้อยละ 42.31      | -ร้อยละ 44.75          |                                     |
| 2        | มีนาคม     | -ร้อยละ 90.48      | -ร้อยละ 85.50          |                                     |
| 3        | เมษายน     | -ร้อยละ 99.90      | -ร้อยละ 95.50          | ประเทศไทยประกาศใช้มาตรการปิดพื้นที่ |

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงของปี พ.ศ.2563  
ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากตารางที่ 1 ข้อมูลได้ถึงการแสดงจำนวนที่ลดลงของนักท่องเที่ยวจำนวนมากว่า ร้อยละ 80 โดยในเดือนเมษายน ปี พ.ศ. 2563 มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงถึง ร้อยละ 99.90 จากจำนวนนักท่องเที่ยว 100% แสดงให้เห็นถึงการกระทบโดยตรงของการท่องเที่ยวไทยในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากสถานการณ์โรคระบาด โดยในเดือน กุมภาพันธ์ - เมษายนถ้าไม่เกิดสถานการณ์โรคอุบัติดังกล่าว จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะมีการจัดกิจกรรมตามปฏิทินการท่องเที่ยวที่จัดกิจกรรมในรูปแบบต่อเนื่องทุกปี อาทิ เทศกาลตามวันสำคัญต่าง ๆ หรือเทศกาลตามประเพณี เป็นต้น การประกาศกำหนดปิดพื้นที่ งดการดำเนินการจัดกิจกรรมนั้นสอดคล้องตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องของการควบคุมเรื่องโรคระบาด จากสภาวะการณ์ในปัจจุบันทำให้ไม่สามารถดำเนินการจัดกิจกรรมดังกล่าวได้อย่างต่อเนื่องแบบเต็มรูปแบบของทุกพื้นที่

กิจกรรมไหว้ครูมวยไทยโลก โดยจากเดิมที่มีการจัดต่อเนื่องมามากกว่า 15 ปี รูปแบบกิจกรรมดังกล่าวคงต้องงดไปในปี พ.ศ.2563 และปี พ.ศ.2564 จากสถานการณ์โรคระบาดและผู้ร่วมงานของกิจกรรมเป็นชาวต่างชาติและเป็นกลุ่มประชากรหลักของผู้ร่วมกิจกรรม โดยบทความนี้ได้เสนอแนวทางการออกแบบรูปแบบกิจกรรมโดยใช้แนวคิดทางการตลาดคือ 4P's Marketing Mix หรือที่เรียกว่าส่วนประสมทางการตลาด รูปแบบทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้สำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจ และเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าประกอบด้วย การแทนค่าความหมายของภาษาต่างประเทศ 4 P ประกอบด้วย

1. P ตัวที่ 1 คือ Products หรือที่เรียกว่า ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การเสนอขายรูปแบบกิจกรรมไหว้ครูมวยไทยในรูปแบบออนไลน์ การจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกสินค้าที่เกี่ยวข้อง อาทิ มงคลสวมศีรษะ อุปกรณ์ด้านมวยไทย สินค้าอื่น ๆ โดยใช้การสร้างแนวคิดเรื่องความเชื่อของมนุษย์ มีการสร้างเรื่องราว ที่เรียกว่า Story Telling เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เสนอแนวทางจากเพิ่มมูลค่าในสินค้าให้เขียนถึงความสำคัญของสินค้า ขั้นตอนการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าแก่ตัวผลิตภัณฑ์

2. P ตัวที่ 2 คือ Price หรือที่เรียกว่า ราคา มีการกำหนดราคากลางที่ชัดเจน โดยใช้ตามพฤติกรรมผู้บริโภค ประกอบกับการกำหนดราคา เพื่อเพิ่มกระบวนการตัดสินใจเลือก ที่ส่งผลต่อการการซื้อ การใช้ครอบครองหรือความต้องการบริโภคในสินค้าและบริการ โดยจะทำให้เกิดราคากลางที่ยุติธรรม เสนอให้มีการกำหนดราคากลางเพื่อการควบคุม ราคาสินค้า ในทางกลับกันอาจเพิ่มมูลค่าของสินค้าเนื่องจากความต้องการของลูกค้า มีจำนวนที่หลากหลายกลุ่มโดยการกำหนดราคากลางสามารถใช้เงินสกุลอื่นนอกเหนือจากเงินบาทของไทยก็สามารถทำให้เป็นการกำหนดราคาที่ชัดเจนในการจัดจำหน่ายสินค้า

3. P ตัวที่ 3 คือ Place หรือที่เรียกว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย นำเสนอรูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายในหลากหลายรูปแบบ รวมถึงรูปแบบการดำเนินกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยมุ่งเน้นที่ Social Networking หรือเครือข่ายทางสังคมในอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นเครือข่ายทางสังคมที่ใช้สำหรับเชื่อมต่อระหว่างบุคคลกับบุคคล เพื่อให้เกิดเป็นกลุ่มสังคม เช่น Facebook twitter Youtube โดยเน้นกระบวนการช่องทาง Online หรือเสนอขายในโปรแกรมสำเร็จต่าง ๆ

4. P ตัวที่ 4 คือ Promotion หรือที่เรียกว่า การส่งเสริมการตลาด มีรูปแบบการส่งเสริมด้านขายสินค้าด้านมวยไทยในทุกกลุ่มความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้า โดยเน้นไปที่การโฆษณาที่หลากหลายภาษา มีการส่งเสริมการขายโดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อ

เดือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์เชิงบวก โดยใช้ทฤษฎีพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เข้ามามีส่วนร่วมคือ มีการสร้างสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์โดยองค์ประกอบของสื่อชนิดต่าง ๆ มาประกอบให้เข้ากันอย่างเป็นระบบ เช่น

4.1 ภาพนิ่ง (Still Image)

4.2 ตัวอักษร (Text)

4.3 ภาพเคลื่อนไหว (Animation)

4.4 เสียง (Sound)

4.5 วิดีโอ (Video)

โดยคาดว่าจะส่งผลการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ ดังนั้น พฤติกรรมผู้บริโภคและส่วนประสมทางการตลาด โดยผสมผสานกับทฤษฎีการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์สื่อสารเข้าใจง่ายจดจำง่ายมีประสิทธิภาพ สามารถสนองความต้องการ การรับรู้ด้านกีฬามวยไทย ด้วยการออกแบบผลงานอย่างมีประสิทธิภาพในแง่ของการสื่อสารอัตลักษณ์ของตัวสินค้าและรูปแบบกิจกรรมเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สูงสุด

## 7.สรุป

จากข้อมูลข้างต้นสามารถกล่าวได้ว่า กิจกรรมไหว้ครูมวยไทยโลกเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานหลักการการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันที่ปรากฏอยู่ 6 กลุ่มหลัก ๆ (ศิริพร ณ ถลาง, 2559, หน้า 26) โดยพบอยู่ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเทศกาลไหว้ครูมวยไทยโลกอยู่ถึง 4 กลุ่มคือ 1) การท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม เพราะนับว่ามวยไทยเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมที่มีมิติในด้านจับต้องได้ และขนบธรรมเนียมประเพณีปฏิบัติที่ไม่สามารถจับต้องได้ 2) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กิจกรรมไหว้ครูมวยไทยโลกนี้มีประเด็นที่สอดคล้องตรงเพราะรูปแบบกิจกรรมขับเคลื่อนด้วยข้อเท็จจริงที่จดบันทึกทางหลักฐานประวัติศาสตร์ในเรื่องของนายขนมต้ม นักมวยชาวไทยที่สามารถชนะเขลยด้วยการใช้ มวยไทยในการต่อสู้จนที่เป็นรู้จักอย่างแพร่หลายในระดับสากล และในประเด็นที่ 4 ) การท่องเที่ยวตามเทศกาลรูปแบบกิจกรรมนี้ได้ดำเนินการจัดมาต่อเนื่องมากกว่าปีที่ 10 จึงสอดคล้องในประเด็นเรื่องของการท่องเที่ยวตามเทศกาล โดยผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจทัวร์สามารถแนะนำหรือสามารถเสนอกิจกรรมนี้ให้อยู่ในปฏิทินการท่องเที่ยวของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ในช่วงเดือนมีนาคมของทุกปี ในช่วงของการที่ไม่มีสถานการณ์โรคระบาด โดยการดำเนินการกิจกรรมพิธีไหว้ครูมวยไทยโลกเป็นกิจกรรมที่ชาวต่างชาติมากกว่า 100 ประเทศทั่วโลกให้ความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมและมุ่งเน้นที่จะมาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจึงเป็นกิจกรรมหลักที่สามารถส่งเสริมหรือหาแนวทางการนำเสนอวิธีการแนวทางสำหรับช่วงสถานการณ์โควิด หรือเสนอเป็นแนวทางช่องทางการเสริมรายได้จากกิจกรรมไหว้ครูมวยไทยโลก

ผู้เขียนได้เขียนวิเคราะห์จากสภาพการของสถานการณ์ในปัจจุบันและได้ดำเนินการการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรค นำมาวิเคราะห์เสนอแนวทางของรูปแบบกิจกรรมไหว้ครูมวยไทยทำให้เห็นถึงปัญหาที่ไม่สามารถจัดกิจกรรมได้ แต่ยังคงเสนอแนวทาง ด้วยกระบวนการ ถ้าหลักการตลาดคือ 4P's Marketing Mix จะดำเนินกับกิจกรรมคือ ตัวสินค้าดำเนินกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์ ขาย รหัสโค้ชเพื่อเข้าดำเนินกิจกรรมพร้อมอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับมวยไทย ในรูปแบบการขายสินค้าออนไลน์ โดยลิงค์ผ่านระบบให้ชุมชนมีรายได้ สร้างรูปแบบโปรแกรมให้เป็นหลายภาษาโดยสะดวกทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ และมีการ



ดำเนินกิจกรรมตามตอบหรือในรูปแบบอื่น ๆ อาทิ อีสปอร์ต (Esports) หรือกีฬาอิเล็กทรอนิกส์กีฬาประเภทบุคคลหรือทีมชนิดหนึ่ง กรมกีฬาได้จัดอีสปอร์ต เป็นส่วนหนึ่งของกีฬาที่เกี่ยวกับการแข่งขันวิดีโอเกมส์ โดยมีการแข่งตามประเภทของวิดีโอเกม เช่น เกมวางแผนการรบ, เกมต่อสู้ รวมถึงเสนอช่องทางการส่งเสริมโปรโมชันต่าง ๆ เพื่อนำเสนอขายสินค้าที่มีอยู่ในรูปแบบออนไลน์

การเสนอแนวทางนี้เป็นเพียงแค่การเสนอแนวทางเพื่อการก่อให้เกิดรายได้ ในชุมชนหรือแวดวงที่เกี่ยวกับมวยไทยให้ยังคงอยู่รวมถึง ความสามารถในการกำกับดูแลมาตรฐานของสินค้าได้ดีกว่าเดิม การดำเนินการจัดกิจกรรมในรูปแบบออนไลน์อาจไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มที่ เนื่องด้วยรูปแบบกิจกรรมต้องการสร้างความรับรู้เชิงบวก ในทางการสัมผัสโดยตรงแต่ผู้เขียนนำเสนอเป็นแนวทางในการขายสินค้าด้านศิลปะมวยไทยเพื่อเป็นช่องทางหนึ่งที่ไม่ให้กีฬาหรือรูปแบบของกิจกรรมแขนงนี้สูญหายในช่วงเวลาที่ไม่สามารถดำเนินการได้ และยังสามารถเกิดรายได้อีกช่องทางหนึ่งด้วยรูปแบบออนไลน์ บทบาทหรือรูปแบบของการดำเนินกิจกรรม อาจมีการปรับเปลี่ยนไปให้สอดคล้องกับสถานการณ์และเสนอแนวทางการปรับเปลี่ยนการจัดกิจกรรมในรูปแบบเดิมให้เป็นในรูปแบบออนไลน์ เพื่อเป็นการส่งเสริมกิจกรรมเดิม อีกทั้งเป็นการสร้างสุนทรีย์ของด้านมวยไทยได้มากขึ้น โดยผ่านวัฒนธรรมศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวแบบไทย ซึ่งเป็นศิลปวัฒนธรรมไทยแขนงหนึ่งที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมและเป็นอัตลักษณ์ของประเทศไทยได้อย่างเชิงประจักษ์

กิจกรรมไหว้ครูมวยไทยโลกพหุวัฒนธรรม ที่ไม่เพียงปรากฏเป็นแค่กีฬา เพียงอย่างเดียวแต่แฝงไปด้วย องค์ความรู้ที่หลายหลาย มวยไทยในภูมิภาคของไทยแบ่งได้เป็นหลากหลายลักษณะ อาทิ มวยตำรับพระเจ้าเสือ มวยไชยา มวยอีสาน มวยท่าต่อ มวยล้านนา มวยพม่า มวยมอญ ศิลปะมวยเหล่านี้ได้หลอมรวม องค์ความรู้มาเป็นรูปแบบการกิจกรรมนี้อย่างไรขีดจำกัด ไม่รวมถึงด้านรูปแบบการนำเสนอ กิจกรรมที่สอดแทรกความเป็นไทยอย่างชัดเจนความหลากหลายทางมิติของรูปแบบกิจกรรมนี้ สอดคล้องกับแนวคิดของพหุวัฒนธรรมอย่างเชิงประจักษ์สามารถเป็นวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดและนำมาจับต้องได้หรือแสดงออกทางกายภาพ นับได้ว่ากิจกรรมไหว้ครูมวยไทยโลก คือรูปแบบกิจกรรมที่เป็นศิลปะมีความร่วมสมัยที่มีพื้นฐานมาจากมวยไทยศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวด้วยมือเปล่าและพัฒนาหลากหลายศาสตร์ได้อย่างสมบูรณ์ บทบาทของมวยไทยในปัจจุบันนอกจากทำให้ผู้รับชมการแสดงความเข้าใจเรื่องราวมากขึ้นจากเดิมแล้วนั้น ความคงอยู่ของศิลปวัฒนธรรม เป็นหนึ่งในข้อที่ควรพิจารณา ของการปรับตัวอย่างรวดเร็วที่ทันกับสถานการณ์เพื่อความคงอยู่ หากแม้รูปแบบกิจกรรมยังไม่สามารถดำเนินไปได้สมบูรณ์แต่เราสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความเป็นชาติไทยของศาสตร์ผ่านทุนทางศิลปวัฒนธรรมนั้นเพื่อเป็นการอนุรักษ์และพัฒนาเพื่อความคงอยู่ของศิลปะแบบพหุศาสตร์พร้อมสอดแทรกอัตลักษณ์ของความเป็นชาติไทยไว้อย่างสมบูรณ์

## 8. บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2565). จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงของปี

พ.ศ.2563. ค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2565, จาก [www.facebook.com/people/สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา/100064833367191](https://www.facebook.com/people/สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา/100064833367191)

กำจร สุนพงษ์ศรี. (2560). **สุนทรียศาสตร์ หลักปรัชญาศิลปะ ทฤษฎีทัศนศิลป์ ศิลปวิจารณ์.**

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จารุณี ศรีบุรี. (2564, 6 มิถุนายน). อาจารย์ประจำหลักสูตรการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. สัมภาษณ์.

ฤดี เสริมชยุต. (2564, 6 มิถุนายน). อาจารย์ประจำหลักสูตรการตลาดอาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. สัมภาษณ์.

ธนศ วงศยานนาวา. (2552). **ความไม่หลากหลาย ของความหลากหลายทางวัฒนธรรม.**

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ภาพพิมพ์.

ศีกเดช กันตามระ. (2553). **แม่ไม้มวยไทย ศิลปะป้องกันตัว.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิริพร ณ ถลาง. (2558). **ประเพณีสร้างสรรค์ในสังคมร่วมสมัย.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

ศิริพร ณ ถลาง. (2559). **คติชนสร้างสรรค์ บทสังเคราะห์และทฤษฎี.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

สมชาย กิจยรรยง. (2561). **กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้ บริหาร.** กรุงเทพฯ: Smart Life.

สิริภา กิจประพุกฤกุล. (2558). **ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ทัศนคติ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่มี อิทธิพลต่อการ ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.