
**แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวย
ในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น**
**Boxing Cultural Tourism Supply Chain Management for
Bankham Community, Tambon Bankham, Amphoe Nampong,
Changwat Khon Kaen**

วันชัย ทิพนัส¹/ จินณพัช ปทุมพร²

Wanchai Tippapas/ Jinnapas Pathumporn

¹ นักศึกษา สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและไมซ์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Student, Tourism and MICE Innovation Management, Faculty of Business
Administration and Accountancy, Khon Kaen University

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและไมซ์
คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Advisor, Tourism and MICE Innovation Management, Faculty of Business
Administration and Accountancy, Khon Kaen University

ได้รับบทความ: 17 สิงหาคม 2564

ปรับปรุงแก้ไข: 23 ตุลาคม 2564

ตอบรับตีพิมพ์: 12 พฤศจิกายน 2564

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวย
ในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ
1) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวย
ในชุมชนบ้านขาม 2) ศึกษาสภาพการณ์ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวย

ในชุมชนบ้านขาม งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน โดยแบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทย จำนวน 200 คน และนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทย จำนวน 200 คน ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกเก็บข้อมูลกับกลุ่มหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวย ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทย ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก รองลงคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทย ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ 2) พื้นที่ชุมชนบ้านขามมีความพร้อมด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวครบองค์ประกอบทั้ง 5 ด้าน (5A's) ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่พัก อีกทั้งยังมีความพร้อมด้านเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่เข้มแข็ง โดยจากผลการวิจัยทั้ง 2 ประเด็นสามารถนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม และกำหนดแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขามให้มีประสิทธิภาพในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, วัฒนธรรมเกี่ยวกับศิลปะมวยไทย

Abstract

The research of Boxing Cultural Tourism Supply Chain Management for Bankham Community, Tambon Bankham, Amphoe Nampong, Changwat Khon Kaen. Which had the objectives to; 1) to study the opinions on factors that affect the decision making about the boxing cultural tourism in Ban Kham community. 2) to study the situation of the boxing cultural tourism supply chain in Ban Kham community. This research is a mixed methods research by using the questionnaires to collect the data from 400 tourists which divided into 200 tourists who had Muay Thai experience and 200 tourists who had no Muay Thai experiences. For the qualitative research, using in-depth interviews to question the organizations related to boxing cultural tourism. The results of this research found out that 1) the tourists who had Muay Thai experience give an average on the importance for tourism product factors that was the first priority, followed by the marketing promotion factors, distribution factor and price factor while the tourists who had no Muay Thai experiences giving average importance price factor that was the first priority, followed by the tourism products factor, distribution factor and marketing promotion factors, respectively. 2) Ban Kham community area is ready to organize the tourism activities in all 5 aspects (5A's) including the attraction aspect, access to tourist attractions aspect, amenities aspect, tourism activities aspect and accommodation aspect. It also has a strong tourism supply chain network. From the research results, both issues can be used as basic information to organize tourism activities to be consistent with behavior both tourist group supply chain and to set guideline to manage boxing cultural tourism in Ban Kham community to be more efficient in tourism.

Keywords: Tourism supply chain management, Cultural Tourism, Muay Thai Culture

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทหน้าที่ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และธุรกิจของที่ระลึก เป็นต้น โดยธุรกิจต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะถ้าหากการท่องเที่ยวขยายตัวไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ถือเป็นการสร้างการกระจายรายได้ให้กับประชาชนภายในประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562) นอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความมั่นคงที่สุดในโลก ซึ่งในขณะที่ทั่วโลกเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจถดถอย และผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ที่ส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของมนุษย์ รวมทั้งสุขภาพร่างกายและจิตใจ ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้มนุษย์ต้องหาสิ่งที่ยืดเหนียวจิตใจและการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความผ่อนคลายและเยียวยาการเหนื่อยล้า โดยเฉพาะการออกกำลังกายและ การท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายจิตใจ การพบสิ่งแปลกใหม่ที่มีความแตกต่างจากชีวิตประจำวัน ดังนั้นจึงเกิดการท่องเที่ยวอีกหนึ่งรูปแบบคือการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ที่สามารถทำให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยวและเล่นกีฬาในเวลาเดียวกันได้ ซึ่งถือเป็นกิจกรรมที่มีความดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก และช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันยังใช้เป็นโอกาสประชาสัมพันธ์สถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) โดยในอดีตการท่องเที่ยวเชิงกีฬามักกระจุกตัวเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬามืออาชีพเท่านั้น แต่ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงกีฬามีการได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยเปิดโอกาสให้นักกีฬามือสมัครเล่นได้เข้าร่วมในกิจกรรม อาทิ กิจกรรมวิ่งมาราธอน มากไปกว่านั้นยังมีนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่นิยมเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมกีฬา โดยมี

ความสนใจกิจกรรมทางการกีฬา และการสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของกีฬาที่ชื่นชอบด้วย อาทิ กีฬามวยไทยที่มีต้นกำเนิดจากประเทศไทย มีอัตลักษณ์ของความเป็นไทยและเป็นกีฬาที่มีชื่อเสียงทั่วโลก ทำให้ชาวต่างชาติจำนวนมากนิยมเดินทางมาเรียนรู้มวยไทยในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2561)

จังหวัดขอนแก่นถือเป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีความพร้อมทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและการกีฬา โดยจังหวัดขอนแก่นได้รับการยอมรับให้เป็นเมืองไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) และเป็นศูนย์กลางในการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาระดับประเทศหลายครั้ง อีกทั้งยังมีชื่อเสียงด้านนักมวยโอลิมปิก ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดขอนแก่น และสอดคล้องกับคำขวัญประจำจังหวัดขอนแก่นในประโยคที่ว่า “สุดเท่เหรียญทองแรกมวยโอลิมปิก” ดังนั้นจะเห็นได้ว่าจังหวัดขอนแก่นมีชื่อเสียงด้านมวยไทยมาตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน และมีความเหมาะสมเป็นอย่างมากที่จะพัฒนาการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมวยไทยในจังหวัดขอนแก่นให้มีชื่อเสียงและมีความพร้อมมากยิ่งขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ซึ่งหนึ่งในพื้นที่ที่มีชื่อเสียงด้านการอนุรักษ์มวยไทยท้องถิ่น คือพื้นที่บ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น โดยพื้นที่บ้านขามเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ที่สำคัญของจังหวัดขอนแก่น เนื่องจากเป็นสถานที่ประดิษฐานขององค์พระธาตุขามแก่น ซึ่งเป็นพระธาตุศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดขอนแก่น จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปในพื้นที่บ้านขามเพื่อสักการะองค์พระธาตุขามแก่นเป็นจำนวนมาก (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอน้ำพอง, 2560) นอกจากนี้แล้วพื้นที่บ้านขามได้มีการนำอัตลักษณ์มวยไทยท้องถิ่นมาจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนและเป็นกิจกรรมต่อต้านยาเสพติด เพื่อเยาวชนซึ่งเป็นแรงผลักดันขององค์การบริหารส่วนตำบลบ้านขาม โดยมีการนำเสนอกิจกรรมเพื่อขอรับการสนับสนุนจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น และได้ดำเนินการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมวยไทยบ้านขามขึ้นภายใต้กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น ในนามกิจกรรมสนับสนุนมวยไทยขอนแก่น สุนานาชาติ มากไปกว่านั้นยังมีการอนุรักษ์และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมวยไทยบ้านขาม

ขึ้นทุกปีด้วย เพื่อเป็นการสืบสานศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น (องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านขาม, 2562)

จากความสำคัญดังกล่าวจะเห็นได้ว่า พื้นที่บ้านขามเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยเป็นอย่างมาก แต่จากการสำรวจทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขามพบว่า พื้นที่ชุมชนบ้านขามยังมีปัญหาในเรื่อง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ดี ประกอบด้วยด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยวด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว และด้านการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม และศึกษาสภาพการณ์ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม เพื่อเสนอแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ให้มีความพร้อมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาสภาพการณ์ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

การทบทวนวรรณกรรม

1. **แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว** แรงจูงใจเป็นแรงผลักดันที่สามารถชักนำให้นักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรม ความต้องการ เพื่อที่จะตอบสนองความต้องการนั้น และเกิดความพึงพอใจในที่สุด ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ เพราะเป็นแรงผลักดัน

จากภายใน อีกทั้งการตอบสนองความต้องการมีการกำหนดที่ชัดเจนเพื่อส่งผลต่อการตอบสนองทางพฤติกรรม (ปาณิศรา มีจินดา, 2556) ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Hudman (1980) ที่กล่าวว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) คือการกระตุ้นตามเงื่อนไขที่ทำให้เกิดแรงผลักดันภายในตัวนักท่องเที่ยวให้เกิดการตัดสินใจอยากออกเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากสาเหตุความอยากรู้อยากลองในสิ่งต่าง ๆ ที่ตนยังไม่เคยรู้ อยากเสริมสร้างประสบการณ์เรียนรู้ใหม่ ๆ สร้างความประทับใจ แสวงหาความสุขและความพึงพอใจให้กับตนเอง ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) คือการกระตุ้นตามเงื่อนไขจากภายนอกที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม สภาพอากาศที่เย็นสบาย วัฒนธรรมที่โดดเด่น สินค้าที่มีราคาถูก เป็นต้น

2. การจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นการเดินทางโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยเป็นการเดินทางจากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังสถานที่แห่งหนึ่งด้วยความสมัครใจ หรือมีเป้าหมายในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยว ซึ่งการเดินทางในแต่ละครั้งจะไม่ใช้การเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพหรือการหารายได้ (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2558) ซึ่งมีความสอดคล้องกับ ไพฑูรย์ พงศะบุตร และ วิลาสงศ์ พงศะบุตร (2554) ที่นิยามความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางเพื่อไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งไม่ใช่ที่พักหรือที่อยู่อาศัยประจำของตนเองและเป็นการเดินทางเพื่อไปเยี่ยมเยือนชั่วคราวโดยไม่ใช้การประกอบอาชีพเพื่อหารายได้นอกจากนี้แล้ว กรมการท่องเที่ยว (2557) และบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) ได้อธิบายองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญไว้ 5 ด้าน (5A's) ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) คือสิ่งสำคัญที่จะสามารถดึงดูดและเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจในกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว และอยากจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สนใจ อาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทฟาร์มเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ 2) ด้านการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือรูปแบบการเดินทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงเส้นทางเครือข่ายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงอื่น ๆ โดยต้องมีการคำนึงถึง

สภาพของเส้นทาง เช่น พื้นผิวถนน ระยะทางการเดินทาง การจัดหายานพาหนะ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกในการเดินทางเข้าสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) สิ่งที่เกิดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว เช่น ไฟฟ้า อินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ และศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) การท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับการทำกิจกรรมเพื่อได้รับความเพลิดเพลินสนุกสนาน เช่น กิจกรรมการเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ ล่องแก่ง เดินป่า หรือ ปฏิบัติธรรม 5) ด้านที่พัก (Accommodation) เมื่อมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว และมีกิจกรรมการพักค้างแรมภายในแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องมีการจัดบริการสถานที่พักแรมให้นักท่องเที่ยวพร้อมกับการบริการอาหารเครื่องดื่มให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น

3. การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นกระบวนการวางแผนและการจัดการความสำคัญในการสร้างความพึงพอใจระหว่างผู้ผลิตกับลูกค้า โดยมีกระบวนการที่เริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบโดยการจัดซื้อ (Procurement) การผลิต (Manufacturing) การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Storage) เทคโนโลยี (Technology) การจัดจำหน่าย (Distribution Channel) และคมนาคมขนส่ง (Transportation) โดยรายละเอียดนี้เป็นการจัดระบบการทำงานให้เกิดความคล่องตัว และมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้แล้วห่วงโซ่อุปทานไม่ได้มีความสัมพันธ์แค่ภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังมีความสัมพันธ์กับองค์กรอื่น อาทิ ผู้จัดหาวัตถุดิบ (Suppliers) บริษัทผู้ผลิต (Manufactures) บริษัทผู้จัดจำหน่าย (Distribution) รวมถึงลูกค้าของบริษัท (สุธี ปิงสุทธีวงศ์, 2556) ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Min and Mentzer (2010) ที่กล่าวว่าห่วงโซ่อุปทานเป็นกระบวนการทำงานที่มีการประสานงานกันโดยเริ่มตั้งแต่การจัดซื้อวัตถุดิบ การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การเคลื่อนย้าย การขนส่ง การจัดเก็บ และการจัดจำหน่าย รวมทั้งการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในกระบวนการต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานด้านการประสานงานให้มีความพร้อมและมีความคล่องตัวขึ้น ในขณะเดียวกัน

มานะ ชัยวงศ์โรจน์ (2546) และ Zhang et al. (2009) กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นการเชื่อมกระบวนการทำงานทางธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กันหรือเป็นเครือข่ายในการประสานงานกันทางธุรกิจแบบต่อเนื่อง โดยการจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นการดำเนินการทางธุรกิจที่มีเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อการมีเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่ง เพื่อให้ธุรกิจตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างสูงสุด

วิธีการดำเนินวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม (จำนวน 1 คน) กลุ่มหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม (จำนวน 4 คน) และกลุ่มห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม (จำนวน 13 คน) โดยกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่มข้างต้น ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ 4 คือกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยใช้การคำนวณหากลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งใช้วิธีตามแนวคิดของ W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นได้ 5% ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 385 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ป้องกันการคลาดเคลื่อนของการเก็บข้อมูลจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) ซึ่งใช้รูปแบบเชิงอธิบายเป็นลำดับ (Sequential Explanatory) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมเนื้อหาอย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยได้แบ่งประเภทเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดังนี้

เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีรูปแบบคำถามเป็นชนิดคำถามปลายปิด (Close-ended Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม ซึ่งแบบสอบถามนี้จะแจกให้กับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจด้านการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมภายในชุมชนบ้านขาม โดยผู้วิจัยแบ่งคำถามออกเป็น 5 ประเด็น ดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประเด็นที่ 2 คำถามเกี่ยวกับประสบการณ์ด้านมวยไทย

ประเด็นที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ประเด็นที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวย

ประเด็นที่ 5 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวย

เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้รูปแบบวิธีวิจัยเชิงกรณีศึกษา (Case Study Research Method) โดยเครื่องมือที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ได้แก่ แบบสำรวจทรัพยากรทางการท่องเที่ยว เป็นแบบสำรวจที่ใช้ในการศึกษาความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม โดยยึดตามองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 ด้าน (5A's) และแนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Guidelines) เป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Date) และข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Date) ซึ่งข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการทรัพยากรทาง การท่องเที่ยว การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวย และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว ส่วนการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวย เพื่อนำมาประกอบใช้ในการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา (Descriptive Method) จะแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายเหตุผล ซึ่งสถิติที่ใช้ก็คือ การแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ด้านมวยไทย และข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เป็นการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ และการแจกแจงความถี่

2) การวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม เป็นการวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ และการแจกแจงความถี่

3) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสภาพการณ์ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม และความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม เป็นการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจับประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกัน มาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อกำหนดค่าความถี่

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

จากผลการวิจัยสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทย จำนวน 200 คน และ

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทย จำนวน 200 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยจากผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มวยในชุมชนบ้านขาม พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทยส่วนใหญ่ ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) เป็นลำดับแรก ในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X} = 4.75$ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.475) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ กิจกรรมการแสดงศิลปะมวยไทย กลองยาว กิจกรรมเชิดชูอัตลักษณ์มวยไทยท้องถิ่น กิจกรรมการแสดงศิลปะมวยไทยฮีตสิบสอง อีสาน กิจกรรมการฝึกซ้อมมวยไทย กิจกรรมการเรียนรู้มวยไทยพร้อมกับการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง และกิจกรรมแข่งขันมวยไทยตามลำดับ รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X} = 4.73$ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.531) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลต่าง ๆ การจัดทำโปรโมชั่นด้านการท่องเที่ยว/ที่พัก ผ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสังคมออนไลน์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางหน่วยงาน/องค์กรต่าง ๆ ตามลำดับ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X} = 4.71$ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.539) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มีช่องทางในการติดต่อสอบถามข้อมูลหลากหลายช่องทาง การให้บริการข้อมูลและการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และมีช่องทางการจอง/สำรองกิจกรรม/ที่พักหลากหลายช่องทางตามลำดับ และปัจจัยด้านราคา (Price) ในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X} = 4.56$ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.549) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ รองลงมาคือราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ราคาสินค้าของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลอดการเดินทางมีความเหมาะสม ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ด้านมวยไทย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม	$\bar{X}$ (Mean)	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	4.75	0.475	มากที่สุด
2. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.73	0.531	มากที่สุด
3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.71	0.539	มากที่สุด
4. ปัจจัยด้านราคา	4.56	0.549	มากที่สุด

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทยส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญต่อปัจจัยด้านราคา (Price) เป็นลำดับแรก ในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X} = 4.63$ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.474) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ราคาสินค้าของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ราคาอาหารมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตลอดการเดินทางมีความเหมาะสมตามลำดับ รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) ในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X} = 4.31$ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.508) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ กิจกรรมเชิดชูอัตลักษณ์มวยไทยท้องถิ่น กิจกรรมการฝึกซ้อมมวยไทยเพื่อเพิ่มกล้ามเนื้อ กิจกรรมการเรียนรู้มวยไทยพร้อมกับการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง กิจกรรมการแสดงศิลปะมวยไทยฮิตสิบสองอีสาน กิจกรรมการแสดงศิลปะมวยไทยกลองยาว และกิจกรรมแข่งขันมวยไทยตามลำดับ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย (Place) ในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X} = 4.23$ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.531) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การให้บริการข้อมูลและ

การประชาสัมพันธ์ มีช่องทางการจอง/สำรองกิจกรรม/ที่พักหลากหลายช่องทาง มีช่องทางในการติดต่อสอบถามข้อมูลหลากหลายช่องทาง และการเผยแพร่ข้อมูล การท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ตามลำดับ และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ในระดับค่าเฉลี่ยมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X}$ = 4.05 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.584) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ การจัดทำ โปรโมชันด้านการท่องเที่ยว/ที่พัก ผ่านเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง การจัดกิจกรรมพิเศษในช่วงเทศกาลต่าง ๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในรูปแบบวิดีโอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทาง หน่วยงาน/องค์กรต่าง ๆ ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีประสบการณ์ด้านมวยไทย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม	$\bar{X}$ (Mean)	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ปัจจัยด้านราคา	4.63	0.474	มากที่สุด
2. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว	4.31	0.508	มากที่สุด
3. ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	4.23	0.531	มากที่สุด
4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	4.05	0.584	มากที่สุด

2. สภาพการณ์ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชน บ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น

ผลการศึกษาสภาพการณ์ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวย ในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น โดยการสำรวจ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน (5A's) พบว่า ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) พื้นที่ ชุมชนบ้านขามมีจุดเด่นด้านการเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด ขอนแก่น และเป็นพื้นที่ประดิษฐานขององค์พระธาตุขามแก่น ซึ่งเป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์

คูบ้านคูเมืองของจังหวัดขอนแก่น อีกทั้งยังมีชื่อเสียงด้านอดีตฮีโร่ นักมวยเหรียญทองเอเชียนเกมส์ และมีชื่อเสียงด้านมวยโบราณ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวได้นำอัตลักษณ์มวยไทยท้องถิ่นมาฝึกซ้อมให้กับเยาวชนและบุคคลที่สนใจ อาทิ กิจกรรมการแสดงศิลปะมวยไทย กลองยาว กิจกรรมการแสดงศิลปะมวยไทยฮีตสิบสองอีสาน และกิจกรรมเชิดชูอัตลักษณ์มวยไทยท้องถิ่น ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเดินทางไปยังพื้นที่ชุมชน บ้านขามสามารถเดินทางได้โดยใช้เส้นทางเดียวกับเส้นทางไปพระราชอุทยานแก่ง ซึ่งมีระยะทางห่างจากตัวเมืองขอนแก่น 25 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 30 นาที ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านอาคารที่ใช้ในการทำกิจกรรมมวยไทย และมีอุปกรณ์ทำกิจกรรมมวยไทย มีห้องสุขา ห้องอาบน้ำ ห้องเปลี่ยนชุดออกกำลังกาย และลานจอดรถที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity) แหล่งท่องเที่ยวมีกิจกรรมการท่องเที่ยว 2 รูปแบบ ประกอบด้วย 1) กิจกรรมมวยไทยบ้านขาม ได้แก่ กิจกรรมการแสดงศิลปะมวยไทยกลองยาว กิจกรรมการแสดงศิลปะมวยไทยฮีตสิบสองอีสาน และกิจกรรมเชิดชูอัตลักษณ์มวยไทยท้องถิ่น 2) กิจกรรมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีบ้านขาม เป็นฐานเรียนรู้ของชุมชนบ้านขาม ได้แก่ ฐานเรียนรู้ทอผ้าขาวม้า ฐานเรียนรู้ทอเสื่ออก ฐานเรียนรู้การประดิษฐ์กระทง ด้านที่พัก (Accommodation) แหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีบริการที่พักภายในแหล่งท่องเที่ยว แต่หากนักท่องเที่ยวต้องการเดินทางมาพักค้างคืนจะมีที่พักของเอกชนโดยรอบทั้งหมด 3 แห่ง ประกอบด้วย บิลลีรีสอร์ท สวรรค์บ้านนารีสอร์ท และเจริญทองรีสอร์ท

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขามพบว่า ด้านจุดแข็ง (Strength) แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านสถานที่/อุปกรณ์ในการทำกิจกรรมมวยไทย มีเครือข่ายชมรมมวยภาคอีสานที่พร้อมสนับสนุนการจัดกิจกรรม มีชื่อเสียงด้านอดีตฮีโร่ นักมวยเหรียญทองเอเชียนเกมส์ และกิจกรรมมวยไทยโบราณ ด้านจุดอ่อน (Weakness) แหล่งท่องเที่ยว

ขาดการประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีเพียงแค่การประชาสัมพันธ์ในช่วงที่จัดกิจกรรมแข่งขันมวยไทยเท่านั้น และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวขาดความรู้ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านโอกาส (Opportunities) แหล่งท่องเที่ยวมีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรมแข่งขันมวยไทยประจำปี อีกทั้งแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงด้านองค์พระธาตุขามแก่น ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่ชุมชนบ้านขามอย่างสม่ำเสมอ มีความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานของชุมชน และเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น ด้านอุปสรรค (Threats) แหล่งท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และปัจจุบันประเทศไทยมีสถานะเศรษฐกิจถดถอย ทำให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายน้อยลง อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐมีการเปลี่ยนแปลงด้านผู้บริหาร/หัวหน้าส่วนงานบ่อย ทำให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวไม่มีความต่อเนื่อง เป็นต้น และจากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม พบว่าแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่เข้มแข็ง และมีความพร้อมในการสนับสนุนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยประกอบด้วย กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านอุปกรณ์ออกกำลังกายและการกีฬา กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านคมนาคมขนส่ง กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านบุคลากรทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

1. ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทย มีปัจจัยผลักดัน (Push Factor) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคือ ความสนใจในกิจกรรมอัตลักษณ์มวยไทยท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวจะมีความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนเองต้องการ เช่น มีความต้องการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการเล่นกีฬา ขณะเดียวกันกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทยมีปัจจัยผลักดัน (Push Factor) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ ความต้องการอยากไปชมการแข่งขันกีฬาที่มีความแปลกใหม่ และการอยากสัมผัสประสบการณ์ด้านการกีฬาใหม่ ๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Hudman (1980) และ Gibson (2004) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อสำรวจและเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ที่ตนยังไม่เคยรู้ เช่น การจัดกิจกรรมแข่งขันมวยไทยท้องถิ่น ขณะเดียวกันยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ เตชะ ไทยอ่อน (2557) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีปัจจัยผลักดันเป็นความชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นความชื่นชอบที่มีอยู่ในตัวนักท่องเที่ยวและปัจจัยผลักดันนี้เป็นแรงผลักดันที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหากิจกรรมที่ตนเองมีความชื่นชอบ อาทิ การเล่นกีฬาร่วมกับการพักผ่อนเป็นต้น ด้านปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทย คือกิจกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขามมีความโดดเด่น และมีชื่อเสียงด้านนันทนาการหรือของเล่นเกมส์ โดยปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวมีการเปิดสอนกิจกรรมด้าน อัตลักษณ์มวยไทยท้องถิ่น พร้อมกับสร้างเส้นทางเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ๆ ในพื้นที่ตำบลบ้านขาม ขณะเดียวกันด้านปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยมีประสบการณ์เกี่ยวกับมวยไทย คือการส่งเสริมการตลาด โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการสร้างสิ่งจูงใจพิเศษให้อยากมาท่องเที่ยว

อาทิ การโฆษณาหรือการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์มวยไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Maier and Weber (1993) และ Hudman (1980) ที่กล่าวว่า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบคือ การใช้กีฬาเป็นกิจกรรมหลักและการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม การใช้การท่องเที่ยวเป็นหลักและกีฬาเป็นกิจกรรมเสริม โดยเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ เพื่อเรียนรู้กิจกรรมและเปิดประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ขณะเดียวกันยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของนปภัสร ชุสุวรรณ (2560) ผลการวิจัยพบว่า การส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อความต้องการมาชมมวยไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญทางด้านการตลาดมากที่สุด เนื่องจากการเป็นสร้างสิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยว ผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว

2. ผลการศึกษาสภาพการณ์ด้านห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มวยในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น โดยใช้แบบสำรวจทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ด้าน (5A's) ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity) และด้านที่พัก (Accommodation) พบว่าแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านการท่องเที่ยวครบ 5 ด้าน (5A's) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกรมการท่องเที่ยว (2557) และ Buhalis (2000) ที่กล่าวไว้ว่าความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวคือสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดและเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้เกิดความสนใจในกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว และอยากจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่สนใจ ซึ่งอาจเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น ขณะเดียวกันยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธนา คำพา และอัครกิตติ์ พัฒนสัมพันธ์ (2560) ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 5 ด้าน (5A's) มีผลต่อการมาท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ดังนั้นการพัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวทั้ง 5 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จึงเป็นการดึงดูด

และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เขาชีจรรย์เพิ่มมากขึ้น และผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขามพบว่าแหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมด้านเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานที่เข้มแข็ง โดยประกอบด้วย กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านอุปกรณ์ออกกำลังกายและการกีฬา กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านคมนาคมขนส่ง กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านการประชาสัมพันธ์ และกลุ่มบุคลากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ มานะ ชัยวงศ์โรจน์ (2546) และ Zhang et al. (2009) ที่กล่าวว่า การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นกระบวนการทำงานทางธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กัน หรือเป็นเครือข่ายในการประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง โดยการจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นการดำเนินงานทางธุรกิจเพื่อการมีเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน ขณะเดียวกันยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนทิรา สังข์ทอง และคณะ (2560) ผลการวิจัยพบว่า ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโฮมสเตย์มีความสัมพันธ์ตามระบบห่วงโซ่อุปทานที่มีลักษณะการเชื่อมโยงกันตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยผู้ประกอบการที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของกลุ่มมี 5 ประเภท ได้แก่ ที่พักโฮมสเตย์ การนำเที่ยว อาหาร ผลิตภัณฑ์ และเพาะต้นกล้า เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ตำบลบ้านขาม อำเภอน้ำพอง จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยสามารถสรุปข้อเสนอแนะจากการวิจัยได้ ดังนี้

1) ด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการจัดตั้งกลุ่มด้านการท่องเที่ยว โดยอาศัยความร่วมมือจากชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านขาม เพื่อร่วมกำหนดแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนร่วมกัน และควรมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ในการทำงานที่ชัดเจน เพื่อดำเนินการบริหาร

จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขามให้มีความพร้อมและมีประสิทธิภาพในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และเพื่อประโยชน์ของประชาชนภายในชุมชน

2) ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย สถานที่ทำกิจกรรมมวยไทย อุปกรณ์มวยไทย เครื่องออกกำลังกายและการกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ห้องเปลี่ยนชุด ห้องสุขาสาธารณะ ลานจอดรถ และพื้นที่พักผ่อนเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว

3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยนำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น อาทิ การแสดงศิลปะมวยไทยกลองยาว การแสดงศิลปะมวยไทยฮิตสิบสองอีสาน และการแสดงกิจกรรมเชิดชูอัตลักษณ์มวยไทยท้องถิ่นมาพัฒนาและประยุกต์เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องและตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม

4) ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการสร้างเครือข่ายกับกลุ่มธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม ประกอบด้วย กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านอุปกรณ์ออกกำลังกายและการกีฬา กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านคมนาคมขนส่ง กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มผู้ส่งมอบวัตถุดิบด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและกำหนดเป้าหมายในการทำงานร่วมกัน โดยเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวยในชุมชนบ้านขาม

5) ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านการสื่อความหมาย ควรมีการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ประกอบด้วย สื่อโซเชียลมีเดีย Facebook fan page, Line, Instagram, YouTube ไปสเตอร์ แผ่นพับประชาสัมพันธ์ และป้ายสื่อความหมาย อีกทั้งควรมีการส่งเสริม

การตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมวย และอยากเดินทางเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนเพิ่มมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). *คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร*. (ม.ป.พ.).
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย*.
<https://www.mots.go.th>
- _____. (2563). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย*. <https://www.mots.go.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2557). *แรงจูงใจในการท่องเที่ยว*. <https://www.tat.or.th/th>
- _____. (2562). *เศรษฐกิจการท่องเที่ยว (The Visitor Economy)* โดย Pacific Asia Travel Association (PATA). <http://www.etatjournal.com>
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2558). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เตชิตา ไทยอ่อน. (2557). *ความคาดหวังของลูกค้าชาวต่างชาติที่มีต่อคุณภาพการให้บริการของค่ายมวยไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต]*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย. (2561). *การท่องเที่ยวเชิงกีฬา*.
<http://www.siam-ja.com>
- นปภัสร ชุสุวรรณ. (2560). *ปัจจัยด้านการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมาชมมวยไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*.
<http://dspace.bu.ac.th/bitstream>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. เฟิร์นข้าหลวง พรินตติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ปาณิสรา มีจินดา. (2556). *แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษาทะเลน้อยตำบลพนาสูง อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต]*. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- ไพฑูรย์ พงศะบุตร และ วิลาสวงศ์ พงศะบุตร. (2554). *คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์*. ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนทิตรา สังข์ทอง และคณะ. (2560). *โซ่อุปทานการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลน บ้านแหลมโฮมสเตย์*. <http://www.spucon.spu.ac.th>
- มานะ ชัยวงศ์โรจน์. (2546). คุณรู้จัก Supply Chain ดีจริงหรือ?. *โปรดักทีวิตี เวิลด์*, 8(44), 25–30.
- ยุทธนา คำพา และอัครกิตติ์ พัฒนสัมพันธ์. (2560). *องค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเขาชีจรรย์ ของนักท่องเที่ยวชาวจีน*. www.ex-mba.buu.ac.th
- สำนักพัฒนาชุมชนอำเภอน้ำพอง. (2560). *รายละเอียดการเดินทางในชุมชนบ้านขาม*. <http://cbt.nawatwithi.com>
- สุธี ปิงสุทธีวงศ์. (2556). *Essential management tools for performance excellence*. สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ กระทรวงอุตสาหกรรม.
- องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านขาม. (2562). *ข้อมูลพื้นฐานของพื้นที่*. <http://bankham-kk.go.th>
- Buhalis Dimitrios. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. Department of Tourism, University of Westminster.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. John Wiley & Sons. Inc.
- Gibson. (2004). *Sport Tourism*. http://digital_collect.lib.buu.ac.th
- Hudman L. E. (1980). *Tourism: A shrinking world*. AHMA.
- Maier and Weber. (1993). *Sports Tourism in Local and Regional Planning*. <https://www.tandfonline.com>
- Min and Mentzer. (2010). *A Framework of Supply Chain Orientation*. <https://www.researchgate.net>
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 345-358.

Author

Mr. Wanchai Tippanas

Department of Tourism, Faculty of Business Administration
And Accountancy, Khon Kaen University, 123 Mittraphap Road,
Nai Mueang Subdistrict, Mueang District, Khon Kaen. 40002
Tel: 094-2987999 E-mail: wanchaikku51@gmail.com

Dr. Jinnapas Pathumporn

Department of Tourism, Faculty of Business Administration
and Accountancy, Khon Kaen University, 123 Mittraphap Road,
Nai Mueang Subdistrict, Mueang District, Khon Kaen. 40002
Tel. 088-7836116 E-mail: jinnapas_p@hotmail.com