

แนวทางการพัฒนารูปแบบของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ  
อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี

Guidelines for Souvenirs Development of Tai Song Dam Cultural Center  
Khaoyoi District, Phetchaburi Province, Thailand

พิทักษ์ ศิริวงศ์ พิธีกร นิ่งรุ่ง และ ธนธรรณ ทองนวล

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 27 คน ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบของที่ระลึกที่มีการออกแบบที่ดี มีรูปแบบที่ทันสมัย และนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ จะส่งผลต่อการรับรู้ของนักท่องเที่ยว และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับของที่ระลึก ก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน และสามารถสร้างกำไรแก่ศูนย์วัฒนธรรมได้ ผู้ออกแบบและผู้ผลิตมีบทบาทสำคัญในด้านการผลิตของที่ระลึก สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อของที่ระลึกได้เร็วขึ้น หากมีการออกแบบของที่ระลึกที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านรูปแบบ ขนาด และการตั้งราคา จะเป็นการเพิ่มการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อ และด้านการประชาสัมพันธ์เป็นสิ่งสำคัญที่ศูนย์วัฒนธรรมควรมุ่งถึงเพื่อเป็นทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ การศึกษาวิจัยพบว่าของที่ระลึกจะมีการพัฒนาได้ดียิ่งขึ้น หากได้รับการสนับสนุนเรื่องการจัดรายการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คำสำคัญ: ของที่ระลึก ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ

Abstract

This research is focuses on souvenirs development of Tai Song Dam cultural center, Khaoyoi District, Phetchaburi Province, Thailand. Qualitative research was employed through the use of in-depth interviews and observations with 27 key informants. The objectives of this research were to suggest on souvenirs development of Tai Song Dam cultural centre. The study indicates that modern design and practical usage will add additional value to souvenir, in terms of pricing, but also increase profit to the cultural center and cause greater income to community. Therefore, designer and producer play an important role in creating souvenir that attractive to customers and fasten customer's buying decision. Marketing support from related organizations and advertising are also needed for the better development.

Keyword: souvenirs, Thai Song Dam cultural centre

คำนำ

ไทยทรงดำเป็นกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งที่พูดภาษาตระกูลไท เป็นชนชาติไทยสาขาหนึ่ง เรียกว่า พวกผู้ไท ซึ่งแบ่งออกตามลักษณะสีของเครื่องแต่งกาย เช่น ผู้ไทขาว, ผู้ไทแดง และผู้ไทดำ เป็นต้น ผู้ไทดำ นิยมแต่งกายด้วยสีดำ จึงเรียกว่าไทยทรงดำ หรือ เรียกได้หลายชื่อเช่น ไฝง, ช่ง, ไทยไฝง, ไทยช่ง, ลาวไฝง, ลาวช่ง, ลาวทรงดำ และลาวทุ่งดำ คำว่า ไฝง สันนิษฐานว่ามาจากคำว่า "ช่วง" ซึ่งแปลว่า กางเกง เพราะพระชาวไทยทรงดำนิยมกางเกงทั้งชายและหญิง คนไทยและลาวพวนจึงเรียกว่า ลาวช่วง ซึ่งหมายถึงลาวกางเกง ต่อมาเขียนเป็น ลาวไฝง เหตุที่เรียกไทยทรงดำว่า ลาวไฝง เพราะคำว่า "ลาว" เป็นคำที่คนไทยทั่วไปใช้เรียกคนที่อพยพมาจากถิ่นอื่น แต่ชาวไทยทรงดำถือตนเองว่าเป็นชนชาติไทย จึงนิยมเรียกตนเองว่า ไทยไฝง หรือ ไทยทรงดำ (ทวีโรจน์ กล้าล้อมจิตต์, 2549)

ไทยทรงดำมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง เช่นภาษาพูดและภาษาเขียน ฮาซิป การแต่งกายขนบธรรมเนียมประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ การดำรงชีวิตประจำวันยังคงผูกพันกับประเพณี พิธีกรรมและความเชื่อดั้งเดิมอยู่เป็นอันมาก ลักษณะทางสังคมของไทยดำยังคงรักษาขนบธรรมเนียมจารีตประเพณีและพิธีกรรมไว้อย่างเคร่งครัด ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในความเป็นปึกแผ่นและการดำรงเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์

ไทยทรงดำมีรูปแบบการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มตน หญิงไทดำมีความสามารถในการทอผ้า ผ้าไทดำทอจากฝ้ายหรือไหมและย้อมด้วยสีธรรมชาติของต้นคราม เครื่องประดับของชาวไทดำแบบดั้งเดิมทำด้วยเงิน เช่น ไม้ขัดเกล้า หรือปิ่นปักผม เปาะแขน (กำไลข้อมือ) บ้องหู (ตุ้มหู) ส่วนเปาะแก้ง (กำไลข้อเท้า) (กลุ่มนักศึกษาโครงการเรียนรู้ร่วมกันสรรค์สร้างชุมชน พื้นที่ตำบลหนองปรัง, 2547) ได้มีการอนุรักษ์และจัดแสดงผลภัณฑ์จากกลุ่มไทยทรงดำไว้ ณ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี เพื่อให้กลุ่มนักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ที่ได้ปรากฏในอดีต และศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำได้จัดจำหน่ายของที่ระลึกโดยกลุ่มไทยทรงดำได้ผลิตขึ้นมา ทำให้เกิดการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชนอำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี

งานออกแบบเป็นสิ่งที่มีมนุษย์ทำขึ้น เป็นความพยายามเพื่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง โดยการจัดระเบียบด้วยความมุ่งหมายที่จะแก้ปัญหา และเพื่อสนองประโยชน์ทั้งของตนเองและคนในสังคม คุณสมบัติของนักออกแบบควรเป็นผู้มีความรู้ ความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์ และที่สำคัญคือเป็นผู้มีความคิดและจินตนาการ (นวลน้อย บุญวงศ์, 2542)

ของที่ระลึกของชาวไทยทรงดำ ส่วนใหญ่จะเป็นประเภทสิ่งทอและเครื่องจักสาน โดยใช้วัฒนธรรมเดิมที่สืบทอดกันมาพัฒนาสลายและรูปแบบให้ทันสมัยเข้ากับภาวะสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจสังคมในปัจจุบัน รูปแบบสิ่งทอ จะผลิตออกมาเป็นเสื้อผ้าที่สื่อถึงวัฒนธรรมเดิมและเครื่องใช้ ซึ่งกลุ่มชาวไทยทรงดำได้พัฒนารูปแบบมากขึ้นเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่แพร่หลายในกลุ่มวัยรุ่นเพิ่มมากขึ้น เช่น กระเป๋าใบเล็กใส่ของเนกประสงค์ กระเป๋าใส่มือถือ เป็นต้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมกรซื้อของผู้บริโภค ทำให้ผู้ผลิตต้องมีการปรับตัวเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้ตรงความต้องการ ส่งผลต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นดังนั้นการพัฒนาในรูปแบบของที่ระลึกจึงมีความสำคัญ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาถึงปัญหาของกลุ่มชาวไทยทรงดำ เพื่อทำความเข้าใจถึงปัญหาและนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับของที่ระลึกในด้านของการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

## วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนารูปแบบของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี

## ทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แนวคิดเรื่องกระบวนการตัดสินใจในการซื้อของผู้บริโภค แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดราคาของสินค้าท่องเที่ยว และเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

แนวคิดเรื่องกระบวนการตัดสินใจในการซื้อของผู้บริโภค ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคว่ามีลักษณะเป็นกระบวนการ ต้องใช้เวลา และความพยายาม ประกอบไปด้วยขั้นตอน 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การตระหนักถึงความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินผลทางเลือก 4) การซื้อ 5) การประเมินผลหลังการซื้อ

แนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดราคาของสินค้าท่องเที่ยว อลงศรี พิมพ์สมพงษ์ (2542) ได้อธิบายว่าการกำหนดราคาของสินค้าท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยภายในประกอบด้วยวัตถุประสงค์ขององค์กร ประเภท ลักษณะของสินค้า และต้นทุน ปัจจัยภายนอกประกอบด้วยความต้องการของตลาด สถานการณ์การแข่งขันในตลาด อำนาจต่อรองระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค อำนาจการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มต่าง ๆ ฤดูกาล สภาพเศรษฐกิจ กฎหมาย ระเบียบต่าง ๆ

John Howkins (2002) ได้อธิบาย เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง แนวคิดที่จะสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งต่อภาคการผลิต บริการ ภาคการขาย หรือแม้แต่อุตสาหกรรมบันเทิง เป็นแนวคิดที่อยู่บนการทำงานแบบใหม่ ที่มีปัจจัยหลักมาจากความสามารถ และทักษะพิเศษของบุคคล เป็นระบบเศรษฐกิจใหม่ที่มีกระบวนการนำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative Industry) หรือ อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Industry)

## วิธีการศึกษา

### 1. ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยเลือกศึกษาศูนย์วัฒนธรรมชาวไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี เป็นขอบเขตการศึกษา เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีชาวไทยทรงดำอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพื่อสัมผัสกับชีวิตชาวไทยทรงดำ สิ่งที่น่าสนใจสามารถเก็บให้ได้ก็คือความทรงจำและของที่ระลึก ดังนั้น ของที่ระลึกจึงเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ผู้วิจัยจึงตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาของที่ระลึกให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

### 2. ขั้นตอนการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth Interview) โดยใช้แนวคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษานู๋บ้านห้วยโป่งผาสด อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย (ภูสวัสดิ์ สุขเกลี้ยง, 2545) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเยาวราช ศึกษากรณีเทศบาลกินเจ (สมศักดิ์ คล้ายสังข์, 2549) รวมถึงวิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 28 คน คือ กลุ่มผู้จำหน่าย จำนวน 5 คน กลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 20 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 2 คน หลังจากสัมภาษณ์จนได้ข้อมูลที่พร้อมแล้ว จึงนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์และมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลหลายทาง (Triangulation) ตามแนวทางทฤษฎีเชิงคุณภาพ (สุภาพค์ จันทวานิช, 2545)

## ผลการศึกษา

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ระดับลึกจาก กลุ่มผู้จำหน่าย กลุ่มนักท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก และ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวทางของการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษามีดังนี้

### ลักษณะของที่ระลึก

ของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี มีการผลิตโดยกลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีเชื้อสายไทยทรงดำ และกลุ่มผู้ผลิตที่ต้องการรายได้เสริม ได้ใช้เวลาว่างที่เหลือจากการทำอาชีพหลักมาผลิตของที่ระลึก เช่น งานจักสาน ได้แก่ พัด ตะกร้า เป็นต้น เครื่องไม้ตาล ได้แก่ กำไลไม้ ทรายไม้ แก้ว ตะเบ็ง ปิ่นปักผม เป็นต้น เครื่องเงิน ได้แก่ กระดุม เข็มขัด กำไล เป็นต้น เสื้อของชาวไทยทรงดำ ผ้าถุง เสื้อยืด ปัตร์ที่ระลึก กลองโกลกระชายชำระ หมอน กระเป๋าขนาดต่าง ๆ ถุงหอม เป็นต้น เสื้อยืดที่ได้วางจำหน่ายมีผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบภายใต้ตราสินค้าศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำมีสัญลักษณ์รูปชุกอูและลาวลายที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวไทยทรงดำเป็นลวดลายที่ใช้ติดลงบนบรรจุภัณฑ์

ลักษณะของที่ระลึกมีอัตลักษณ์ของไทยทรงดำเป็นลวดลายสามเหลี่ยมและสี่เหลี่ยม เน้นสีแดงเลือดหมู สีดำ สีขาว สีเหลืองส้ม และสีเขียว โดยทางศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำได้รับสินค้าจากผู้ผลิตนำมาจัดจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว วัสดุที่ใช้ในการผลิตของที่ระลึกนั้นมาจากวัสดุที่หาง่ายในท้องถิ่น เช่น ไม้ไผ่ ต้นตาล เป็นต้น และวัสดุที่หาง่ายในท้องถิ่น เช่น เครื่องเงิน เสื้อยืด ผ้า เป็นต้น ของที่ระลึกที่จำหน่ายได้มากที่สุด คือ ตะกร้า กระเป๋า เครื่องเงิน ผู้ผลิตของที่ระลึกประเภทสิ่งทอ ส่วนมากเป็นผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในชุมชนอำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี จากการศึกษาไม่พบผู้ผลิตวัยหนุ่มสาวเพราะผู้ผลิตกลุ่มนี้นิยมไปทำงานตามโรงงาน ปัญหาในกระบวนการผลิตคือ กลุ่มผู้ผลิตของที่ระลึกประเภทสิ่งทอเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้ใช้เวลานานในการผลิต เนื่องจากปัญหาทางด้านสุขภาพและสายตา ประกอบกับของที่ระลึกประเภทนี้เป็นงานฝีมือทำให้ใช้เวลานานในการผลิตของที่ระลึกแต่ละชิ้น สำหรับกลุ่มผู้ผลิตวัยหนุ่มสาวนิยมไปทำงานตามโรงงาน ทำให้งานฝีมือที่ได้สืบทอดมาจากบรรพบุรุษหายไป

### ราคาของของที่ระลึก

สินค้าของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ส่วนใหญ่กำหนดราคาที่ตั้งด้วยเลข 0 และเลข 5 ของที่ระลึกมีราคาแตกต่างกันออกไปตามระดับความละเอียด ความประณีตของงาน และความยากง่ายในการผลิต เช่น ตะกร้าสานขนาดกลาง จำนวนใบละ 55 บาท กระเป๋าใส่โทรศัพท์เคลื่อนที่ใบละ 50 บาท เป็นต้น การตั้งราคาของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำไม่ได้คำนึงถึงสถานการณ์การแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น เช่น กลุ่มชาวไทยทรงดำ จังหวัดสุพรรณบุรี

### ช่องทางการจัดจำหน่ายของของที่ระลึก

ที่ตั้งของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำคือ หมู่ 5 ตำบลเขาชัย อำเภอยะบอย จังหวัดเพชรบุรี สถานที่จัดแสดงสินค้าของที่ระลึกอยู่ภายในบริเวณใต้ถุนบ้านไทยทรงดำ มีการจัดวางตำแหน่งของที่ระลึก เช่น วางภายในตู้แสดงสินค้าของที่ระลึก ชั้นวางสินค้าของที่ระลึก และเครื่องแต่งกายแสดงอยู่รอบบริเวณสถานที่จัดแสดงสินค้าของที่ระลึก ปัญหาที่พบจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม ให้ความเห็นเห็นว่า ของที่ระลึกไม่มีการแบ่งแยกเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน ไม่มีสถานที่ชำระเงิน ไม่มีป้ายแสดงรายละเอียดของของที่ระลึก เจ้าหน้าที่ได้ให้ข้อมูลว่าศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอยะบอย จังหวัดเพชรบุรีได้นำของที่ระลึกไปจัดจำหน่ายนอกสถานที่เพื่อให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ แต่บางโอกาสการนำของที่ระลึกออกไปจำหน่ายนอกสถานที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากลูกค้าไม่สนใจ และไม่รู้จักคุณค่าของสินค้า เนื่องจากสินค้าบางชิ้น เช่น มีราคาส่ง เพราะมีขั้นตอนในการทำที่ยุ่งยาก ต้องใช้ความชำนาญ และใช้เวลานานในการทำมาก

### การส่งเสริมการขายของของที่ระลึก

การส่งเสริมการขายของของที่ระลึก ทางศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำไม่มีการจัดการเรื่องนี้ เนื่องจากทางศูนย์วัฒนธรรมเห็นว่า การประชาสัมพันธ์ทางด้านต่างๆ เช่น เว็บไซต์ แผ่นพับตามสถานที่ราชการและสถานบริการที่น่ามันในจังหวัดเพชรบุรีมีความเพียงพอต่อการส่งเสริมการขาย หากนักท่องเที่ยวต้องการของที่ระลึกเป็นจำนวนมาก หรือของที่ระลึกที่แตกต่างออกไปจากที่มีอยู่เดิม สามารถสั่งจองกับศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอยะบอย จังหวัดเพชรบุรีได้โดยตรง ปัญหาที่พบในการส่งเสริมการขายคือ ของที่ระลึกผลิตไม่ทันกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้เสียโอกาสในการจำหน่ายสินค้าชนิดนั้น

### ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

จากที่ได้สอบถามนักท่องเที่ยวที่ยังคงศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอยะบอย จังหวัดเพชรบุรี ด้านของที่ระลึก นักท่องเที่ยวชื่นชอบของที่ระลึกประเภทที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง เช่น กระเป๋ากล่องใส่กระดาษชำระ ตะกร้าสาน เป็นต้น นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำเป็นงานฝีมือ มีความประณีต มีความเหมาะสมกับราคาที่คุณยวัฒนธรรมได้กำหนดไว้ ประกอบกับของที่ระลึกมีความหลากหลายในเรื่องรูปแบบ ขนาดและราคา ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อได้ตามต้องการ ซึ่งไม่เป็นอุปสรรคต่อค่าสังการซื้อของนักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาเยือน สิ่งแรกที่นักท่องเที่ยวจะทำได้คือ การแต่งกายของไทยทรงดำ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นในเรื่องของที่ระลึก ควรมีการจัดทำสินค้าคู่ๆ เช่น เสื้อคู่กับกระเป๋ากล่องคอก นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจซื้อด้วยวิธีการสำรวจของที่ระลึกทุกประเภท เพื่อให้เกิดการรับรู้และมีการซื้อของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด สิ่งที่นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ให้ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำจัดทำของที่ระลึกเพิ่มเติม เช่น หมวก ผ้าพันคอในรูปแบบเรียบๆ เป็นต้น และนักท่องเที่ยวได้เสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับกระเป๋านาฬิกาเล็ก ความคิดเห็นว่าจำนวนของที่เพิ่มขึ้น

### ความคิดเห็นของผู้ให้คำปรึกษาด้านการออกแบบ

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบของของที่ระลึก ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับของที่ระลึกศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอยะบอย จังหวัดเพชรบุรีว่า ด้านตราสินค้าของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ ตราสินค้าเดิมมีรายละเอียดมากเกินไปควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เหลือเพียงสัญลักษณ์ช่อกุด เพื่อไม่ให้ยากต่อการจำค่า

และง่ายต่อการปรับขนาดหากต้องการให้มีขนาดเล็กลง ด้านสีที่ใช้ในการผลิตของที่ระลึก สีหลักเน้นสีแดงเลือดหมู สีดำ สีขาว สีเหลืองส้ม และสีเขียว ควรมีการเพิ่มสีที่ใช้ที่ใกล้เคียงกับสีหลัก ด้านรูปลักษณ์ของของที่ระลึก ควรมีการเพิ่มกลาย รูปทรง ให้เข้ากับสมัยปัจจุบัน ด้านบรรจุภัณฑ์ ควรมีการจัดทำและติดตราสินค้าทุกชนิด เพื่อให้เกิดความสวยงามและเหมาะสมกับราคาที่ได้จัดจำหน่าย ด้านผู้ให้คำปรึกษาด้านการออกแบบ ควรหาบุคคลที่มีความทันสมัย สามารถประยุกต์ของที่ระลึก เพื่อจำหน่ายให้กับลูกค้าเป้าหมายหลายกลุ่ม นอกจากนี้ยังได้มีการให้ความคิดด้านสายผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมคือ การผลิตทวงกุญแจรูปตุ๊กตาชายหญิงแต่งกายชุดไทยทรงดำ เครื่องเงินที่ใส่ได้ทุกโอกาส และกล่องใส่ของขนาดต่างๆ เป็นต้น

### การพัฒนาของของที่ระลึก

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก จึงขอนำเสนอแนวทางในการพัฒนาในรูปแบบของของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ให้คำปรึกษาด้านการออกแบบได้ให้ความคิดเห็นเรื่องการปรับเปลี่ยนตราสินค้าของของที่ระลึกโดยเลือกใช้ช่อกุดเป็นตราสินค้าเพื่อความเป็นอัตลักษณ์ ของที่ระลึกบางประเภทยังไม่มีค่าน่าสนใจเท่าที่ควร เช่น กระเป๋าใส่โทรศัพท์เคลื่อนที่ ควรปรับรูปแบบให้มีรูปทรงที่ทันสมัย และเลือกใช้สีให้ดึงดูดลูกค้ามากขึ้น ควรเพิ่มลายผลิตภัณฑ์ เช่น ผ้าพันคอที่ช่อกุดกลุ่มชาวบ้านไทยทรงดำ โดยปิดช่อกุดไว้บริเวณชายผ้าพันคอ โดยใช้สีของผ้าพันคอเน้นสีโทนเย็น เพื่อสามารถนำไปใช้ได้ทุกโอกาสและสถานการณ์

เนคไท มีสัญลักษณ์รูปช่อกุดขนาดเล็กอยู่หัวบริเวณเนคไท และเลือกใช้สีหลักของไทยทรงดำเป็นสีพื้น หมวกสุภาพบุรุษ มีลักษณะเป็นทรงกลม มีปีกหมวกด้านหน้า ใช้สีดำ สีขาว สีน้ำตาล เป็นสีพื้น มีลวดลายเรขาคณิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำนำมาประยุกต์อยู่บนหมวก หมวกสุภาพสตรี มีลักษณะเป็นหมวกสานเคลือบเงา มีน้ำหนักมือที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำประดับเป็นรูปโบราณหมวก ที่น้อยโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยใช้น้ำหนักลวดลายรูปทรงเรขาคณิต แก้วน้ำมีการออกแบบที่มีลักษณะเฉพาะและน่าสัญลักษณ์ช่อกุด มาพิมพ์ไว้บริเวณข้างแก้วน้ำ

ด้านบรรจุภัณฑ์ ของที่ระลึกบางประเภทควรมีกล่องเพื่อบรรจุ เช่น เครื่องเงินควรบรรจุในกล่องไม้ตาล เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับของที่ระลึก เพื่อเก็บรักษาได้นาน ควรมีการออกแบบถุงหิ้วสำหรับใส่ของที่ระลึก โดยใช้ถุงกระดาษเพื่อลดปัญหาโลกร้อนและบริเวณถุงมีตราสินค้ารูปช่อกุดพิมพ์อยู่บนด้านหน้าของถุงหิ้ว ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ ลูกค้าสามารถนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำได้ ทำให้เกิดการเผยแพร่ สร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวรายอื่น

ด้านราคาของของที่ระลึก ควรมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกว่าได้รับสินค้าที่คุ้มค่ากับคุณภาพ ควรเพิ่มการใช้กลยุทธ์ราคาสูงท้ายด้วยเลขห้า เช่น 199 บาท เพื่อต้องการให้นักท่องเที่ยวคิดว่าเป็นราคาต่ำ เนื่องจากเป็นราคาที่ไม่ถึง 200 บาท จะเดินทางไปตามหลักจิตวิทยา เพื่อดึงดูดลูกค้า และควรมีการจัดทำป้ายแสดงรายการของที่ระลึกแต่ละประเภท ระบุราคาเพื่อให้ลูกค้าสามารถสังเกตได้ง่ายขึ้น

ด้านสถานที่จัดจำหน่ายของที่ระลึก ควรสร้างบริเวณใกล้ทางออกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอยะบอย จังหวัดเพชรบุรี และของที่ระลึกควรจัดให้เป็นหมวดหมู่ เพราะการจัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เป็นเรื่องสำคัญในการวางสินค้าเพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเลือกชมของที่ระลึก การจำหน่ายของที่ระลึกผ่านทางเว็บไซต์จะเป็นอีกหนทางเลือกของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำแต่ละครั้งที่จะซื้อของที่ระลึกเพิ่มเติมได้สามารถกลับไปซื้อของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำได้

ด้านการส่งเสริมการขาย ควรมีการประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ เช่น การซื้อขายผ่านเว็บไซต์ ควรมีการแสดงรายละเอียดและรูปของที่ระลึก เพื่อเป็นองค์ประกอบสำหรับการตัดสินใจซื้อ มีบริการถ่ายภาพที่ระลึก โดยนักท่องเที่ยวสามารถแต่งกายตามแบบชาวไทยทรงดำ และควรมีการจำหน่ายกรอบรูปภาพที่ประทับสัญลักษณ์และทัศนียภาพที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวไทยทรงดำ โดยนักท่องเที่ยวสามารถนำรูปมาใส่ในกรอบรูปได้ ควรมีใช้กลยุทธ์การจำหน่ายสินค้าเป็นคู่ เช่น กระเป๋าล้อจูงจำหน่ายคู่กับเสื้อ พวงกุญแจจำหน่ายคู่กับกล่องใส่กระดาษชำระ เป็นต้น การตั้งราคาจึงจำเป็นต้องปรับราคาตามความเหมาะสม และยังเป็นการตลาดสินค้าคงคลังได้ คือ หากนำของที่ระลึกที่ยอดจำหน่ายดีมาคู่กับของที่ระลึกที่ยอดขายไม่ได้มาก จะช่วยให้ลดสินค้าคงคลังของของที่ระลึกชนิดนั้นได้

#### การอภิปรายผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาในรูปแบบของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้

ผลการศึกษาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก นักท่องเที่ยวจำนวนมากให้ความสนใจว่า ควรปรับเปลี่ยนเข้าสู่ยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ และควรเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากกระบวนการผลิตสินค้าของที่ระลึกนั้นผู้ผลิตส่วนมากเป็นผู้สูงอายุ การจัดการด้านความดำรงความเป็นอัตลักษณ์ของชาวไทยทรงดำมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะด้านมรดกของผู้ผลิตสินค้าที่ระลึกแล้ว จะไม่มีผู้สืบทอดความเป็นอัตลักษณ์ของชาวไทยทรงดำ ดังนั้นการจัดกระบวนการและพัฒนาของที่ระลึกจะเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถดำรงความเป็นอัตลักษณ์ได้

ด้านบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ ลูกค้านำสามารถนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำได้ ทำให้เกิดการเผยแพร่ สร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวรายอื่น และเป็นกรณีของเรื่อง การลดภาวะโลกร้อนที่กำลังอยู่ในกระแสมัย

ด้านราคา การกำหนดราคาขึ้นอยู่กับระดับความละเอียด ความยากง่ายในการผลิต และมีการกำหนดราคาที่ลดหย่อนด้วย 0.5 และ 9 เช่น ตะเกียบคู่ 39 บาท เป็นต้น ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย จัดจำหน่ายบริเวณศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ ไม่ได้มีการนำของที่ระลึกไปจำหน่ายสถานที่อื่นๆ

การจัดวางของที่ระลึกยังไม่เป็นหมวดหมู่เท่าที่ควร การจัดสินค้าให้เป็นหมวดหมู่เป็นเรื่องสำคัญในการวางสินค้าเพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเลือกชมของที่ระลึก การจำหน่ายของที่ระลึกผ่านทางเว็บไซต์จะเป็นอีกหนึ่งทางเลือกของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำแต่ประสงค์ที่จะซื้อของที่ระลึกเพิ่มเติมไม่สามารถกลับไปซื้อของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำได้

ด้านการส่งเสริมการขาย ทางศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ ไม่มีการส่งเสริมการขาย เพราะคิดว่า การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ หรือ ทางเว็บไซต์ เพียงพอแล้ว การส่งเสริมการขายเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินงานของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ เช่น การจำหน่ายสินค้าควบคู่ คือ จำหน่ายเสื้อคู่กับกระเป๋าล้อจูง เนื่องจาก การจำหน่ายสินค้าควบคู่เป็นการนำสินค้าจำนวนสองชิ้นมารวมกัน การตั้งราคาจึงจำเป็นต้องปรับราคาตามความเหมาะสม และยังเป็นการตลาดสินค้าคงคลังได้ คือ หากนำของที่ระลึกที่ยอดจำหน่ายดีมาคู่กับของที่ระลึกที่ยอดขายไม่ได้มาก จะช่วยให้ลดสินค้าคงคลังของของที่ระลึกชนิดนั้นได้

ควรมีการนำแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ที่มีกระบวนการนำเอาวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกัน ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ หรือ อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม มาประยุกต์ใช้กับการประดิษฐ์ การออกแบบของที่ระลึกของศูนย์วัฒนธรรม เพื่อเป็นแบบอย่างแนวทางการปฏิบัติที่ดีสำหรับศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านแห่งอื่น ๆ ต่อไป

#### เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มนักศึกษาโครงการเรียนรู้ร่วมกันสรรค์สร้างชุมชน พื้นที่ตำบลหนองปรัง, 2547. สารานุกรมไทยคำล้าค่า. เพชรบุรี : บริษัทเพชรภูมิการพิมพ์ จำกัด.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2542 การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ทวีโรจน์ ก่อแก้วมงคล. 2549. ชุมนางโง้ง. เพชรบุรี : บริษัทเพชรภูมิการพิมพ์ จำกัด.
- นวนน้อย บุญญา. หลักการออกแบบ. 2542. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กุลสวัสดิ์ สุขเกลี้ยง. 2545. การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม : กรณีศึกษาหมู่บ้านห้วยโป่งผาลาด อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่: เชียงใหม่
- ศิริวรรณ เจริญดี และคณะ. 2541 การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อีระฟิล์ม และ ไรเทก จำกัด
- ลมศักดิ์ คล้ายสังข์. 2549. ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านเยาวราช ศึกษากรณีเทศบาลกินเจ. โครงการวิจัยยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา: กรุงเทพมหานคร
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- สุกานต์ จันทร์วานิช. 2545. วิจัยการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- John Howkins. 2002 The Creative Economy: How People Make Money From Idea. Penguin Global.