

แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ
ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี

Guidelines for Development of Cultural Tourism Market at Thai Song Dam Culture Center

Kho Yoi district, Phetchaburi province, Thailand.

พิทักษ์ ศิริวงศ์¹ สุธิรา ศรีคำดี² อภิวัฒน์ ลิขชัย³ อภิญญา ตะเกษาว⁴

¹สาขาวิชาการจัดการชุมชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี 76120

²สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร เพชรบุรี 76120

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 25 คนได้แก่ รองนายกเทศมนตรีตำบลเขาย้อย อาจารย์โรงเรียนเขาย้อยวิทยา เจ้าหน้าที่ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ และนักท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและนำเสนอแนวทางในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของศูนย์แห่งนี้ คือ การฝึกอบรมบุคลากรให้เข้าใจวิธีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การจัดการด้านของที่ระลึก ทักษะทางด้านการตลาด บริการ ทักษะการให้บริการ การสื่อความหมายทางวัฒนธรรม การพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้ศูนย์วัฒนธรรมเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, ศูนย์วัฒนธรรม, การตลาดบริการ

Abstract

This research is qualitative research, In-depth interview were conducted with 25 key informants, Khao Yoi vice-lord mayor, Khao Yoi Wittaya School teacher, Thai Song Dam Culture Center officer and tourists. The purpose of this study was to represent guidelines for cultural tourism marketing development of Thai Song Dam Culture Center, Kho Yoi district, Phetchaburi province. The results shown that the guidelines for developing cultural tourism marketing of the center were to have training course for customer relation management, souvenir management, services marketing skill, cultural interpretation management, training for juniors youth guide, environmental conservation of travel place and to support public relations for promote cultural centre..

Keyword: Cultural tourism, Culture Centre, Services Marketing

คำนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีประวัติศาสตร์การเริ่มต้นของพิพิธภัณฑ์สถานในแถบเอเชีย และอาจกล่าวได้ว่าเป็นประเทศที่มีจำนวนพิพิธภัณฑ์สถานมากที่สุดในบรรดากลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พิพิธภัณฑ์สถานไทยอยู่ภายใต้การดำเนินงานของหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน มีความเป็นมา รูปแบบศักยภาพ และปัญหาที่ต้องเผชิญแตกต่างกัน

กลุ่มพิพิธภัณฑ์สถานที่อยู่ภายใต้การของรัฐและกลุ่มที่ต้ององการ การสนับสนุนจากภาครัฐสามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม (พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ, 2552) คือ กลุ่มแรกเป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอยู่ภายใต้การดำเนินงานของกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรมและมีพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในภูมิภาคหลายแห่ง ในเมืองหลวงเก่าหรือในแหล่งโบราณคดีที่มีความสำคัญ เช่น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และในจังหวัดสุโขทัย พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทองในจังหวัดสุพรรณบุรี และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียงในจังหวัดอุดรธานี เป็นต้น

กลุ่มที่สอง เป็นพิพิธภัณฑ์สถานที่ไม่ดำเนินงานโดยหน่วยงานอื่นของรัฐที่นอกเหนือจากกรมศิลปากรโดยที่หน่วยงานราชการ สถานศึกษา และองค์กรส่วนท้องถิ่นหลายแห่งสร้างพิพิธภัณฑ์สถานขึ้นเพื่อใช้เป็นที่สถานที่จัดแสดงเรื่องราวความเป็นมาและการกิจของหน่วยงาน หรือเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของศูนย์วัฒนธรรมตามนโยบายการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมขององค์กรหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น พิพิธภัณฑ์สถานเหล่านี้ได้รับงบประมาณในการก่อสร้างค่อนข้างสูงมีรูปแบบการนำเสนอที่ทันสมัยแต่ปัญหาที่พบคือ การไม่มีความชัดเจนในการใช้ประโยชน์ให้คุ้มกับงบประมาณการก่อสร้างที่ลงทุนไปหลายแห่งจึงไม่มีบุคลากรประจำที่จะสร้างกิจกรรมทางวิชาการและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากผู้รับผิดชอบไม่มีการพัฒนาอย่างค่องงายหลายแห่งจึงไม่สามารถเปิดเข้าชมได้ทุกวันเมื่อต้องการชมต้องติดต่อล่วงหน้าบางแห่งใช้เป็นที่รับรองแขกขององค์กรไม่ได้ใช้ประโยชน์ในการเรียนรู้สำหรับประชาชนทั่วไปอย่างทั่วถึง

กลุ่มสุดท้ายเป็นพิพิธภัณฑ์สถานในท้องถิ่นมีจำนวนมากที่สุดและมีบทบาทน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง โดยก่อตั้งขึ้นในหลายลักษณะเช่น พิพิธภัณฑ์สถานภายในวัด ที่เกิดจากพระภิกษุผู้สนใจเก็บรวบรวมสิ่งของเครื่องใช้ที่ตกทอดมาจากวัดมีการสะสมเพิ่มเติมโดยการเสาะแสวงหาหรือรับบริจาคจากญาติโยมที่ศรัทธา พิพิธภัณฑ์สถานพื้นบ้านที่เกิดจากนักสะสม เก็บรวบรวมสิ่งของที่ตนสนใจเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น นอกจากนี้พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นยังเกิดจากกลุ่มชาวบ้านที่เก็บรวบรวมข้าวของเครื่องใช้ในพื้นที่กำลังจะสูญหายมาจัดตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์สถานเพื่อให้นักในท้องถิ่นได้เข้าใจและภูมิใจในรากเหง้าทางวัฒนธรรมของตนเอง สิ่งของในพิพิธภัณฑ์สถานพื้นบ้านเป็นสิ่งที่มีคุณค่าทางภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่

ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี เป็นศูนย์วัฒนธรรมเกี่ยวกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนไทยทรงดำ ตั้งอยู่ที่ หมู่ 5 ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี เส้นทางจากเขาย้อยจังหวัดเพชรบุรี หนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเพชรบุรี ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี เป็นศูนย์วัฒนธรรมที่ใหญ่ที่สุด และมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งในประเทศไทย การจัดกิจกรรมต่างๆ ภายในศูนย์วัฒนธรรมจึงแสดงถึงวิถีชีวิตของชาวไทยทรงดำ ได้แก่ การทอผ้า การทำอาหารพื้นบ้าน เครื่องดื่ม สาธิตการทำหมมของผู้นุ่งไทยทรงดำ สาธิตการแต่งกายเครื่องการแต่งกายของหญิง การรำรำพร้อมเสียงดนตรี การจักสานด้วยใบตาล

หน่วยงานจกสถานด้วยไม่ไป นอกจากนั้นศูนย์วัฒนธรรมยังมีบ้านพักให้นักท่องเที่ยวในรูปแบบของโฮมสเตย์ที่ตั้งอยู่ด้าน
ในของศูนย์วัฒนธรรมอีกด้วย

ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาชัย จังหวัดเพชรบุรี ไม่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากนัก
เนื่องจากขาดการศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์
ในการศึกษาเพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำเขา
ชัย จังหวัดเพชรบุรี เพื่อที่จะนำผลที่ได้จากการวิจัยเสนอแนะเป็นแนวทางพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ของศูนย์วัฒนธรรม ไทยทรงดำเขาชัย จังหวัดเพชรบุรี กล่าวคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริม
การตลาด บุคคล กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพของศูนย์วัฒนธรรมซึ่งจะสามารถดึงดูด
นักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวชมศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำเขาชัยเพิ่มมากขึ้น สามารถเพิ่มศักยภาพในการทำงานของบุคลากร
และทำให้ศูนย์วัฒนธรรมมีระบบการจัดการที่ได้มาตรฐาน

วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์ระดับลึก ด้วยการเลือกตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical
Sampling) ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 25 คน ได้แก่ รองนายกเทศมนตรีตำบลเขาชัย 1 คน อาจารย์โรงเรียนเขาชัยวิทยา 3
คน เจ้าหน้าที่ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ 3 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 18 คน การศึกษาครั้งนี้ข้อมูลจากเอกสาร
รายงานการวิจัย และบทความต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชาวไทยทรงดำที่มีผู้วิจัยไว้ เพื่อค้นคว้าเรื่องราว การตั้งถิ่นฐาน ความ
เป็นอยู่ รวมถึงการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แนวคำถาม
ในการวิจัย ผู้วิจัยสร้างแนวคำถามจากกรอบแนวคิดด้านการตลาดบริการ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยผ่านการพิจารณา
และคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว และด้านวัฒนธรรม เทปบันทึกเสียง กล้องถ่ายภาพ และการจดบันทึก
และในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลหลายทาง (Triangulation) เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล
โดยตรวจสอบจากแหล่งบุคคลผู้ให้ข้อมูลหลักจากหลายแหล่งรวมทั้งจากการทบทวนวรรณกรรมนำมาเปรียบเทียบกัน
เป็นหลักผู้วิจัยได้นำผลการสัมภาษณ์มาถอดการสนทนา จัดเรียงเรียงข้อมูล นำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ตามแนวทางของ
การพรรณนาวิเคราะห์ โดยไม่ผลการศึกษาครั้งนี้

ผลการศึกษา

ประวัติความเป็นมาของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำเขาชัย

ศูนย์วัฒนธรรมแห่งนี้ก่อตั้งขึ้นในปี 2539 โดยผู้นำท้องถิ่นในสมัยนั้น คือ กำนันประนอม สีบอ้า เป็นผู้ผลักดัน
ให้ชาวบ้าน ซึ่งเป็กลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำที่ได้อพยพโยกย้ายมาจากเมืองแถน ประเทศเวียดนาม มาตั้งบ้านเรือนที่
อำเภอเขาชัย ตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 ร่วมกันรื้อฟื้นวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวไทยทรงดำขึ้นมาอีกครั้ง จากเดิมพื้นที่ของ
ศูนย์วัฒนธรรมดังกล่าวเป็นเพียงป่าช้าเก่าของชาวชาวไทยทรงดำ แต่ด้วยความพยายามของกำนัน และชาวบ้านใน
ท้องถิ่นร่วมมือกัน จึงทำให้ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำเขาชัยพัฒนามาจนถึงปัจจุบัน

ปัญหาด้านการตลาดท่องเที่ยวของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ อำเภอเขาชัย จังหวัดเพชรบุรี

จากการศึกษาปัญหาด้านการตลาดการท่องเที่ยวของศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงดำ โดยใช้แนวคิดส่วนผสมทาง
การตลาดบริการ เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์หลักของศูนย์วัฒนธรรม คือ กิจกรรมที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตเดิมของชาวไทยทรงดำ เช่น การทอดคำ
การทำอาหาร การทำทรงผม ขนบธรรมเนียมประเพณี การรำรำ ภาษาพูด ภาษาเขียน วิธีการดำเนินชีวิต การขาดผู้
ถ่ายทอด และปัญหาที่เยาวชนรุ่นหลังไม่ได้สนใจสืบต่อภูมิปัญญาทางชาติพันธุ์ของบรรพบุรุษ มีการนำวัฒนธรรมแบบ
ดั้งเดิมมาผสมผสานวัฒนธรรมยุคใหม่ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าถึงอัตลักษณ์ที่แท้จริงของชาวไทยทรงดำได้
อย่างครบถ้วน นอกจากนี้แล้วปัญหาค่าที่พักภายในศูนย์วัฒนธรรมที่ยังไม่ตรงกับวิถีการดำเนินชีวิตของชาวไทยทรงดำ
อย่างแท้จริง เนื่องจากยังมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น โทรทัศน์ เป็นต้น ทำให้นักท่องเที่ยวไม่
สามารถสัมผัสกับวิถีการดำเนินชีวิตของชาวไทยทรงดำที่แท้จริงได้ ปัญหาการพัฒนารูปแบบของที่ระลึก การจัดแสดง
สินค้า การจัดระบบการแสดง ให้เป็นที่สนใจแก่นักท่องเที่ยว

2. ปัญหาด้านราคา

อัตราค่าเข้าชมและการให้บริการของศูนย์วัฒนธรรม เช่น การจัดการแสดงทางวัฒนธรรม ต่าง ๆ เช่น การรำ
รำ การละเล่น การแต่งกาย การปั้นเครื่องหมักที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวไทยทรงดำ เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว
เนื่องจากทางศูนย์วัฒนธรรมตั้งราคาไว้ไม่สูงมาก จึงเหมาะกับการเที่ยวชมของนักท่องเที่ยวทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็น
นักเรียน นิสิต นักศึกษา หรือผู้ใหญ่ แต่ปัญหาทางด้านราคาของศูนย์วัฒนธรรม คือการตั้งราคาที่ไม่สูงทำให้รายได้ที่
ได้รับไม่เพียงพอต่อการพัฒนาและการบริหารภายในศูนย์วัฒนธรรม รวมทั้งรายได้สำหรับเป็นค่าตอบแทนของ
นักแสดงที่น้อยมาก

3. ปัญหาด้านสถานที่

สถานที่ตั้งของศูนย์วัฒนธรรมมีสภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินทาง ไม่มีป้ายประชาสัมพันธ์ที่เด่นชัด
ทั้งในช่วงเวลา 13.00-18.00 นาฬิกา มีการจัดลาดนัดบริเวณปากทางเข้ามาถึงศูนย์วัฒนธรรม ทำให้รถปรับอากาศขนาด
ใหญ่ของนักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้ามาถึงศูนย์วัฒนธรรมได้ ต้องจอดรถริมถนนและเดินเข้าไปยังศูนย์วัฒนธรรมจึงทำ
ให้เกิดปัญหาการเดินทางส่งผลกระทบต่อท่องเที่ยวของศูนย์วัฒนธรรมเป็นอย่างมาก สถานที่แสดงนิทรรศการ
สถานที่ขายของที่ระลึก ยังไม่มีการจัดอย่างเป็นระบบ ขาดระบบการจัดการป้ายสื่อความหมาย ขนาดสิ่งของ และ สิ่ง
อำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว

4. ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด

ศูนย์วัฒนธรรมแห่งนี้ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก แม้จะมีการประชาสัมพันธ์ผ่านหนังสือ ศูนย์ใช้การ
ประชาสัมพันธ์ โดยใช้การแจกแผ่นพับ ปัญหาที่พบคือศูนย์วัฒนธรรมยังไม่มีวิธีการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว
ที่เป็นระบบเพื่อประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยว หรือให้เยาวชน ทั้งในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี และจากต่างจังหวัดให้มี

ความสนใจมาที่ขบวนการวัฒนธรรมไทยทรงดำ มีการให้เห็นถึงคุณค่า ความประทับใจที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ
กิจกรรมในระหว่างการเดินทาง รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเป็นการกระตุ้นกิจกรรมการท่องเที่ยววัฒนธรรม
อย่างเป็นระบบ

5. ปัญหาด้านบุคลากร

เนื่องจากจำนวนของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อสัปดาห์มีประมาณ 500 คน แต่จำนวนของบุคลากรที่ทำหน้าที่
ให้บริการมีเพียง 5 คน และต้องทำหน้าที่หมุนเวียน สลับเปลี่ยนกัน รวมทั้งต้องทำหน้าที่ประจำศูนย์วัฒนธรรมใน
ช่วงเวลากลางคืน เนื่องจากไม่มีอีกที่ใด เมาเรื่อนไทยทรงดำ ทรงผ่องดำที่มีลักษณะเป็นเรือนไม้ สร้างความเสียหายเป็น
อย่างมาก ทำให้ไม่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง จึงทำให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับการให้บริการซึ่งไม่เพียงพอต่อ
จำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งบุคลากรยังขาดทักษะทางด้านบริการ

6. ปัญหาด้านกระบวนการให้บริการ

เมื่อนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเดินทางมาเยี่ยมชมศูนย์วัฒนธรรม มีความยุ่งยากเนื่องจากต้องแจ้งให้
เจ้าหน้าที่ทราบล่วงหน้าอย่างน้อย 2-3 วัน เพื่อจัดเตรียมสถานที่และการแสดงต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่สะดวกจึง
ทำให้ไม่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวยังศูนย์วัฒนธรรม ด้านการนำชมภายในศูนย์วัฒนธรรม การให้ความรู้ ยังเป็น
กระบวนการในการให้บริการที่ยังขาดทักษะและความชำนาญ เป็นสิ่งที่ทางศูนย์วัฒนธรรมต้องปรับปรุงอย่างเป็นระบบ

7. ปัญหาด้านหลักฐานทางกายภาพ

อาคารต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกอาคารของศูนย์วัฒนธรรมใช้ลักษณะรูปแบบศิลปะร่วมสมัยมากจนทำให้
นักท่องเที่ยวไม่ได้สัมผัสกับวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำอย่างแท้จริง เครื่องมือเครื่องใช้บางส่วนของชาวไทยทรงดำ
ในสมัยก่อนไม่สามารถนำมาจัดแสดงให้แก่นักท่องเที่ยวได้ชมเนื่องจากความยากลำบากในการจัดหาเพราะสูญหายไป
บ้างหรือชาวบ้านไทยทรงดำต้องการที่จะเก็บรักษาเอาไว้เอง รวมถึงศูนย์วัฒนธรรมขาดอุปกรณ์หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่
ที่จะสามารถช่วยนำเสนอความเป็นมาต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวได้เข้าใจและมองเห็นภาพได้อย่างชัดเจน เช่น เครื่องฉาย
ภาพ เป็นต้น ทำให้ไม่สามารถสร้างหลักฐานทางกายภาพซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าให้สามารถมองเห็นเป็น
รูปธรรมได้เท่าที่ควร

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น การศึกษาพบว่าสาเหตุหลักมาจากการมีงบประมาณที่ไม่เพียงพอต่อการบริหารทั้ง
ในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากรและกระบวนการให้บริการของศูนย์วัฒนธรรมส่งผลให้
ไม่สามารถพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับได้มากเท่าที่ควร จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักได้
เสนอแนะแนวทางการพัฒนาดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์

กิจกรรมต่าง ๆ ภายในศูนย์วัฒนธรรมในปัจจุบันยังไม่แสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชาวไทยทรงดำที่แท้จริง
ดังนั้นจึงควรใช้วัฒนธรรมที่เป็นศิลปะร่วมสมัยให้น้อยลง ส่งเสริมการจัดแสดงวัฒนธรรมที่บอถึงอัตลักษณ์ของชาว

ไทยทรงดำให้มากขึ้น มีกิจกรรมบุคลากรให้เข้าใจถึงคุณค่าของความเป็นไทยทรงดำเพื่อสืบทอดและเผยแพร่ให้คนรุ่น
หลังต่อไป

2. ด้านราคา

เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นและชดเชยรายได้ของศูนย์วัฒนธรรมที่ไม่เพียงพอ ควรจัด
แบ่งกลุ่มลูกค้าของศูนย์วัฒนธรรมเพื่อจัดระดับของราคาในการจัดการแสดงทางวัฒนธรรมอย่างเหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม
ลูกค้า และควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลดสำหรับช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆ และควรใช้กลยุทธ์การตั้ง
ราคาตามหลักจิตวิทยาเพื่อจูงใจการตัดสินใจซื้อ เช่น จารราคาห้องพักตากอากาศคนละ 300 บาทต่อคืน เป็น 299 บาทต่อ
คืน เป็นต้น

3. ด้านสถานที่

เนื่องจากปัญหาหลักในด้านนี้คือการเดินทางมายังศูนย์วัฒนธรรมตั้งนั้นเทศบาลจึงควรมีมาตรการในการ
จัดสรรพื้นที่การบริการทางเข้าให้เป็นระเบียบและขอความร่วมมือกับชาวบ้านที่มาทำการค้าบริเวณดังกล่าวให้ปฏิบัติ
ตามมาตรการที่กำหนด โดยกล่าวถึงประโยชน์ที่ชาวบ้านจะได้รับหากให้ความร่วมมือแก่เทศบาลและศูนย์วัฒนธรรม
รวมถึงอำนวยความสะดวกของศูนย์วัฒนธรรมที่จะมีประโยชน์ต่อคนรุ่นหลังสืบไป

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

ทางศูนย์วัฒนธรรมควรเข้าร่วมโครงการต่างๆ กับทางภาครัฐเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักมาก
ยิ่งขึ้น และควรประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น นิตยสารท่องเที่ยว เช่น นิตยสาร อ.ศ.ท. การ
ประชาสัมพันธ์ทางตรงโดยเข้าไปนำเสนอในโรงเรียนต่างๆ การพัฒนาเว็บไซต์ ให้มีความสวยงาม น่าสนใจ เป็นต้น และ
ในด้านสินค้าของที่ระลึกควรมีการจัดทำรูปแบบให้ทันสมัยและใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางแต่ยังคงบ่งบอกถึงความ
เป็นไทยทรงดำไว้ด้วย เช่น พวงกุญแจ กระเป๋าสตางค์โทรศัพท์ที่ทำมาจากผ้าทอของชาวไทยทรงดำ เป็นต้น

5. ด้านบุคลากร

เนื่องจากมีจำนวนที่ไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยวจึงควรเพิ่มจำนวนบุคลากรและเพิ่มประสิทธิภาพของบุคลากร
มากขึ้นด้วย เช่น การฝึกอบรมบุคลากรให้เข้าใจและมีความรู้เกี่ยวกับไทยทรงดำอย่างแท้จริง รวมถึงฝึกอบรมทักษะใน
การให้บริการ การบริหารลูกค้าสัมพันธ์และมีความรู้ทางด้านการตลาดบริการเพื่อจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการ
ทำงานได้ และการฝึกอบรมบุคลิกพิเศษ เพื่อช่วยในการแนะนำสถานที่ เป็นต้น

6. ด้านกระบวนการให้บริการ

ควรจัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ และฝึกอบรม ให้ความรู้แก่บุคลากรให้มีความพร้อมในการรองรับ และการ
บริการแบบมืออาชีพสำหรับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ในทุก ๆ ด้าน เพื่อสร้างความประทับใจ ให้เกิดการบอกต่อ และ
ความต้องการในการบริการที่ดีขึ้น มีการทำวิจัยถึงความพึงพอใจ และความต้องการด้านการบริการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ
ศูนย์วัฒนธรรม มีช่องทางให้บริการของกิจกรรมและที่พักผ่านทางเว็บไซต์ของ ศูนย์วัฒนธรรม เพื่อเพิ่มความ
สะดวกในการติดต่อและถือเป็นการเปิดกว้างให้กับกลุ่มลูกค้าให้มากขึ้นด้วย

7. ส่วนหลักฐานทางกายภาพ

ศูนย์วัฒนธรรมจำเป็นอย่างไรที่ต้องสร้างการให้บริการบริการเกิดรูปธรรมมากที่สุด เช่น ตกแต่งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของศูนย์วัฒนธรรมที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์และวิถีชีวิตไทยทรงคำอย่างแท้จริง ขอความร่วมมือจากชาวบ้านในการนำเครื่องมือของไทยทรงคำสมัยก่อนมาจัดแสดงภายในศูนย์ โดยบอกถึงความสำคัญของการจัดแสดงให้แก่ชาวบ้านได้รู้ รวมถึงการส่งเสริมด้านงบประมาณด้านการจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ใช้ในการนำเสนอประวัติความเป็นมาให้แก่นักท่องเที่ยว

สรุป และอภิปรายผล

ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงคำเขาชัย จังหวัดเพชรบุรี ได้ตั้งขึ้นตามวัตถุประสงค์และความตั้งใจของกำนันประนอม สิบอ่ำ และชาวไทยทรงคำในท้องถิ่น เพื่อใช้เป็นศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณีของชาวไทยทรงคำ จากการจัดสรรงบประมาณ การมีผู้มาดูแลศูนย์วัฒนธรรม มีบุคลากรผู้ให้ข้อมูลและมีการประชาสัมพันธ์ และศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงคำเป็นศูนย์แห่งเดียวที่ใหญ่ที่สุด และมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวแตกต่างจากศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงคำจังหวัดอื่น ๆ แต่ปัญหาที่ยังประสบอยู่คือปัญหาการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เนื่องจากการขาดบุคลากรที่มีทักษะทางการตลาดโดยตรง และปัจจัยสำคัญของปัญหาคือการขาดงบประมาณที่ไม่เพียงพอ ทำให้การบริหารจัดการภายในศูนย์วัฒนธรรมไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดไว้

ดังนั้นจึงควรมีแนวทางในการเพิ่มรายได้ให้กับศูนย์วัฒนธรรมโดยไม่พึ่งพางบประมาณจากทางภาครัฐเพียงอย่างเดียว รวมถึงมีการจัดฝึกอบรมบุคลากรให้เข้าใจถึงวิธีการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ การบริการ การจัดการด้านของที่ระลึก ทักษะทางการตลาด การปลูกฝังจิตสำนึกในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การสื่อความหมายทางวัฒนธรรม ตลอดจนมีการพัฒนาภูมิทัศน์และการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้ศูนย์วัฒนธรรมเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง

ข้อเสนอแนะ

ผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ในการดูแลและตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบาย บริหารจัดการต่างๆ แก่ศูนย์วัฒนธรรมไทยทรงคำเขาชัย จังหวัดเพชรบุรี ควรเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีใจรักในการบริการให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ จัดสรรผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดและการท่องเที่ยวเพื่อเข้ามาพัฒนาระบบการจัดการต่างๆ ภายในศูนย์วัฒนธรรมให้มีความพร้อมในการบริการแก่นักท่องเที่ยว หน่วยงานราชการควรสนับสนุนงบประมาณในด้านต่างๆ ให้เพียงพอแก่ศูนย์วัฒนธรรมเพื่อผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น หากผู้วิจัยท่านอื่นที่สนใจงานวิจัยนี้สามารถนำกระบวนการ การศึกษาและการพัฒนาของงานวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยต่อไป

บรรณานุกรม

กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. 2545 เอกสารการตอนจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในการตลาดในอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยว สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ. (2552). "พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจากเอกชนสู่การเป็นพิพิธภัณฑสถานของรัฐ". วารสาร
มหาวิทยาลัยศิลปากร. 29 (1) : 25-40.