

การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

ทศพล ว่องไวกลยุทธ์* และ ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาด้านการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อวางแผนทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง อำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology study) ด้วยการสัมภาษณ์และสังเกตแบบมีส่วนร่วม ผู้วิจัยยังศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้อง จากเอกสารต่างๆ ได้แก่ หนังสือ บทความ วารสาร เอกสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยต่างๆ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาในครั้งนี้ โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง จำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง จำนวน 5 คน รวมทั้งผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทองจำนวน 20 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1) สภาพปัญหาด้านการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง (1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่ามีการให้บริการเพื่อการศึกษาค้นคว้า โดยการนำชมและบรรยายในแต่ละห้องเป็นหมู่คณะ แต่มีนิทรรศการกลางแจ้งบางส่วนคือ เรือหลวงโขง ที่อยู่ในสภาพเก่า (2) ด้านราคา พบว่า การตั้งราคาค่าเข้าชมและใช้สถานที่เป็นไปตามระเบียบของกรมศิลปากร คือ ยกเว้นค่าเข้าชมแก่นักเรียน นักศึกษา ผู้สูงอายุและนักบวชที่มาเป็นหมู่คณะและทำหนังสือติดต่อมาล่วงหน้า เพื่อขอยกเว้นค่าเข้าชม ทำให้พิพิธภัณฑ์มีรายได้น้อยกว่าปกติจึงมีงบประมาณในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ไม่เพียงพอ (3) ด้านทำเลที่ตั้ง พิพิธภัณฑ์ตั้งอยู่ในเขตที่ทำการอำเภออุทองตัวอาคารไม่โดดเด่นทำให้ผู้คนส่วนใหญ่คิดว่าเป็นสถานที่ทำงานของข้าราชการในอำเภออุทอง (4) ด้านการตลาด พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทองจัดกิจกรรมหลายกิจกรรมในระหว่างปีเช่น ปีใหม่ของชาวไทยทรงดำ เป็นต้นทำให้ขาดงบประมาณในการจัดทำเอกสาร เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรพบว่าบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจและความสามารถในด้านภาษาต่างประเทศ ด้านกระบวนการ การเข้าชม เป็นหมู่คณะและขอยกเว้นค่าเข้าชมควรติดต่อล่วงหน้า เพื่อจะได้จัดวิทยากรนำชม หากมีจำนวนมากมีการจัดแบ่งกลุ่มย่อยในการเข้าห้องโสตทัศนศึกษาและนำชม ทำให้เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการนำชมสื่อต่างๆ การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพอาคารพิพิธภัณฑ์ มี 2 อาคาร แต่ตั้งอยู่ในเขตของที่ว่าการอำเภออุทอง ส่วนอีกด้านติดกับโรงเรียน ทำให้พิพิธภัณฑ์ขาดความโดดเด่น

2) แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง (1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการควรมีการปรับปรุงซ่อมแซมเรือหลวงโขงให้ใหม่ สวยเด่นสง่างามอยู่อย่างสม่ำเสมอ (2) ด้านราคา พิพิธภัณฑ์ได้จัดงบประมาณเพิ่มเติม เพื่อจ่ายให้เป็นสวัสดิการแก่นักวิชาการในการทำงานล่วงเวลาในวันหยุดนักขัตฤกษ์ต่างๆ โดยการจัดตั้งร้านขายสินค้าที่ระลึก และร้านค้าสวัสดิการจำหน่ายเครื่องดื่มและตั้งตู้รับบริจาค (3) ด้านสถานที่ ควรสร้างจุดเด่นสามารถแสดงออกด้วยการทาสีใหม่หรือสร้างสัญลักษณ์ขึ้นมาเพื่อให้เกิดความชัดเจน (4) ด้านการตลาด ควรโฆษณาให้ทัน

ยุคทันสมัยสามารถผ่านสื่อต่าง ๆ ได้มากมายทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์และเครือข่ายทางคอมพิวเตอร์ ด้านบุคลากร ควรจัดอบรมภาษาต่างประเทศ หรือจัดอบรมวิทยากรนำชม รวมทั้งอบรมมัคคุเทศก์ ด้านกระบวนการ ควรมีสถูณ์ นักท่องเที่ยว เพื่อมีการบอกกล่าวทำความเข้าใจในขั้นตอน กฎ ระเบียบต่าง ๆ ในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ส่วนลักษณะทาง ภายภาพนั้น ควรสร้างบรรยากาศแบบโบราณย้อนยุค พัฒนาสาธารณูปโภค มีการปรับปรุงระบบแสง สี เสียงให้ทันสมัย สามารถกำหนด วางแผนการพัฒนาหรือจัดตั้งโครงการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและครบวงจรมีการร่วมมือกันทั้งภาครัฐ และเอกชน อันสามารถนำไปใช้เป็นการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อให้บริการสอดคล้องต่อความต้องการของผู้เข้าชม พิพิธภัณฑ์

คำสำคัญ: พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง, การพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด, สภาพปัญหาด้านการตลาด

บทนำ

จากปัญหาการเจริญเติบโตของประชาคมโลกทั้งในด้านเศรษฐกิจและจำนวนประชากรโลก โดยเฉพาะในยุคที่โลกไร้พรมแดนทุกอย่างสามารถติดต่อสื่อสารได้อย่างรวดเร็ว โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ประชากรของประเทศในโลกรวมหรือประเทศด้อยพัฒนาต่างขวนขวายที่จะเจริญเติบโตรุดหน้าให้ทัดเทียมกับประเทศที่เจริญแล้ว เมื่อมีเป้าหมายที่ความทันสมัย หวังในความเจริญรุดหน้าจึงทำให้เกิดการละเลยไม่สนใจรากเหง้าของตัวเอง ยินดีรับเอาวัฒนธรรมใหม่ๆ ที่คิดว่าเจริญแล้ว ทั้งทางด้านวัตถุและทางด้านจิตใจ แม้สิ่งต่างๆ ที่รับมานั้นจะทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างทันสมัยและรวดเร็วขึ้น มีการเรียนรู้และมีการเลียนแบบได้ง่ายขึ้น ทั้งหมดนั้นล้วนทำให้คนรุ่นใหม่ คนในชุมชนที่หลากหลายนั้นหลงลืมอดีต ไม่รักษาสমบัติล้ำค่าที่มีมาแต่บรรพกาล ลืมมรดกทางวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษของเราสร้างสรรค์ สืบส่งมา และปัจจุบันสภาวะการณ์ของโลกกำลังเปลี่ยนแปลงไปในหลายๆ ด้าน ซึ่งส่งผลกระทบต่อระบบสังคมในหลายๆ ประเทศ ในสังคมไทยศิลปกรรมที่บรรพบุรุษสร้างไว้ไม่เคยมีรูปแบบการดูแล และการบำรุงรักษาที่ถูกต้องและชัดเจนมาก่อน ส่วนใหญ่จะเป็นการตกทอดจากรุ่นสู่รุ่นไม่ว่าจะเป็นงานทางด้านจิตรกรรม ประติมากรรม ภาพพิมพ์ ดนตรี หรือนาฏศิลป์ และเมื่อสังคมเปิดมีการรับเอาวัฒนธรรมต่างถิ่นหรือวัฒนธรรมสมัยใหม่เข้ามา ทุกอย่างที่มีอยู่แต่เดิมจึงถูกละเลย ไม่มีลูกหลานที่จะมาเรียนรู้ ดูแลด้วยหัวใจ ด้วยความเข้าใจอย่างถ่องแท้และไม่มีคนคิดถึงคุณค่าที่ปู้ย่าตายายได้คิดค้น สร้างสรรค์ รูปแบบศิลปกรรมต่างๆ ขึ้น ต่างหมกมุ่นอยู่กับโลกสมัยใหม่ ต่อสู้ดิ้นรนกับชีวิตประจำวันในโลกสมัยใหม่อีกจึงทำให้ไม่มีเวลาไปสนใจ ประวัติรากรบรพชนของชุมชนแม้รัฐบาล โดยกระทรวงวัฒนธรรมจะหมายมั่นปั้นมือกับแผนพัฒนาพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติให้เป็นแหล่งเรียนรู้ มีชีวิต มีมาตรฐานและทันสมัย สามารถอยู่ได้ด้วยตัวเองอย่างยั่งยืนโดยรัฐบาลได้สนับสนุนการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นรวมทั้งความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรมของไทย เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ของเด็กและเยาวชนมากขึ้นแต่ประชาชนทั่วไปยังไม่ให้ความสนใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์เท่าที่ควรรวมทั้งแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาในท้องถิ่นอาจจะเห็นว่าการบริหารจัดการไม่น่าสนใจและไม่มีสิ่งดึงดูดใจให้อยากเข้าไปชมผู้วิจัยได้สังเกตเห็นผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อำเภ่อูทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาอำเภ่อูทอง จึงเห็นสมควรที่จะมีการพัฒนากลยุทธ์การตลาด เพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวมากขึ้นซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของอำเภ่อูทอง และจังหวัดสุพรรณบุรี จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจและสำคัญยิ่งเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาให้เป็นที่พึงพอใจแก่

นักท่องเที่ยวต่อไป และเป็นการเสริมรายได้ให้แก่ครอบครัว สร้างคุณภาพชีวิตให้แก่ประชากรในบริเวณใกล้เคียง รวมทั้งสร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดสุพรรณบุรีต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาและอุปสรรค ด้านการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอู่ทอง อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อวางแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอู่ทอง อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

ความหมายและแนวคิดเบื้องต้นของเครือข่าย

ความสำคัญและองค์ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ ICOM. 2004 พิพิธภัณฑ์ เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่เปิดเป็นสถานที่สาธารณะและเป็นสถาบันถาวรที่ให้บริการแก่สังคมและมีส่วนในการพัฒนาสังคม มีหน้าที่รวบรวม สงวนรักษา ค้นคว้าวิจัย เผยแพร่ความรู้ และจัดแสดง วัตถุอันเป็นหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ ทั้งนี้เพื่อจุดประสงค์ทางการค้นคว้า การศึกษา และความเพลิดเพลินใจ”

แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด โดย Philip Kotler ใ้ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ด้านกระบวนการ (Process)

การบริหารจัดการโดย SWOT Analysis กลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับองค์กรเพราะองค์กรใช้กลยุทธ์ในการทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของตน โดยกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรจะถูกกำหนดตามธรรมชาติและลักษณะขององค์กรนั้นๆ ทั้งนี้องค์กรจะกำหนดกลยุทธ์ได้นั้นต้องรู้สถานภาพหรือสถานะขององค์กรของตนเสียก่อน นอกจากนี้ยังต้องมีกระบวนการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับตนเอง วิธีการและเทคนิคในการวิเคราะห์สถานะขององค์กรและกระบวนการกำหนดกลยุทธ์มีหลายวิธีด้วยกัน หนึ่งในวิธีการเหล่านี้คือกระบวนการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งเป็นวิธีการที่รู้จักและใช้กันอย่างแพร่หลาย

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

แมคอินทอชและกอยด์เนอร์ (Mcintosh and Goeldner 1984: 9-10) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวว่าประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบคือ

1. นักท่องเที่ยว ซึ่งต้องใช้จ่ายในการเดินทางอย่างน้อยที่สุดเป็นค่าอาหาร ถ้าพักค้างคืนก็จะใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก ค่าของที่ระลึก และการบริการอื่น ๆ ด้วย ค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะหมุนเวียนกระจายไปในธุรกิจ การบริการต่าง ๆ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างงาน และกระจายรายได้สู่ระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่น

2. ธุรกิจซึ่งทำหน้าที่จัดหาสินค้าและบริการต่าง ๆ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม ร้านอาหารและภัตตาคาร บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ร้านค้าของที่ระลึกและขายสินค้าพื้นเมือง ฯลฯ

3. รัฐบาลของประเทศหรือท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของบ้าน ซึ่งทำหน้าที่จัดให้มีโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน สะพาน สถานีรถไฟ รถโดยสาร ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เช่น โทรทัศน์ ดาวเทียม ฯลฯ เป็นการลงทุนเพื่อการลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวของประเทศและเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของคนในท้องถิ่น

4. ตัวเจ้าของบ้านหรือประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการต้อนรับและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาเยือนท้องถิ่นนั้นซ้ำอีก หรืออาจชักชวนผู้ที่ไม่เคยมาเยือนให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว โดยบุคลากรที่ปฏิบัติงานในธุรกิจบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว ต้องมีความรู้และทักษะในงานอาชีพของตน สามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพประชาชน ทั่วไปจะต้องแสดงความเป็นมิตร มีไมตรีจิต เช่น ยิ้ม ทักทาย พுகุญด้วย ให้น้ำดื่ม ให้ใช้ห้องสุขา ให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวที่ประสบปัญหาหรือเดือดร้อน เช่น บอกเส้นทางให้ช่วยเหลือเมื่อประสบอุบัติเหตุ เจ็บป่วยกะทันหัน หรือประสบภัยจากโจรสลัด

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้พบว่ามีผู้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยไว้ใกล้เคียงกัน การดำเนินการวิจัยเรื่อง “การพัฒนา กลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทง อำเภอกู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี” ผู้ศึกษาได้กำหนดแนวคิดในการศึกษาโดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทง อำเภอกู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

อัฐรินทร์ ขจรเวดิน (2548) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา: นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จากการศึกษพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการวิเคราะห์คู่แข่งและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องมากที่สุด ส่วนการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (7p's) ให้ความสำคัญในด้านกระบวนการบริการ รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์และด้านภาพลักษณ์ สำหรับปัญหาในการดำเนินการธุรกิจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านทักษะในการทำงานของบุคลากร คู่แข่งและราคาตามลำดับ

เสริมสกุล เสร็จกิจ (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวไทย 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทหรือธุรกิจส่วนตัว ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวไทยในจังหวัดภูเก็ต เกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐานด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว และด้านสินค้าของที่ระลึก ทั้งโดยรวมและจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ และระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าสินค้าของที่ระลึกอยู่ในระดับปานกลาง

วิธีการทดลอง / วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัย “การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทง อำเภอุทง จังหวัดสุพรรณบุรี” มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาสภาพและลักษณะการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทง รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคทางการตลาดที่มีความสำคัญเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทง ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงเลือกรูปแบบและวิธีการวิจัยโดยใช้ การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology study) ด้วยการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยวิธีการการดำเนินการวิจัย ดังนี้

วิธีการศึกษาเอกสาร

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษากระบวนการจัดตั้ง โดยใช้ข้อมูลต่าง ๆ ที่มี โดยทั่วไปข้อมูลทางประวัติศาสตร์นิยมแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ หลักฐานขั้นต้น (ปฐมภูมิ) และหลักฐานชั้นรอง (ทุติยภูมิ)

วิธีวิจัยภาคสนาม

การสัมภาษณ์บุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการบริหารพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทง อำเภอุทง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการสัมภาษณ์ พูดคุยโต้ตอบกันเพื่อทราบข้อเท็จจริง ความคิดเห็น การสัมภาษณ์ประกอบด้วย ผู้สัมภาษณ์ (Interviewer) และผู้ถูกสัมภาษณ์ (Interview) การสัมภาษณ์ใช้แนวคำถามที่วางขึ้นล่วงหน้าซึ่งจะช่วยให้การสัมภาษณ์เป็น ไปโดยธรรมชาติ โดยจะสัมภาษณ์บุคคลที่มีความสัมพันธ์และมีลักษณะเป็นตัวแทนของบุคลากร อาทิ ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ บุคลากรฝ่ายบริหาร และหัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ ทั้งนี้จะสัมภาษณ์ในลักษณะการพูดคุยครั้งละประเด็น ใช้เวลาให้สั้นที่สุด และสนทนาเรื่องอื่น ๆ อย่างเป็นกันเอง รูปแบบการสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์โดยไม่ใช้แบบสัมภาษณ์ หรือเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Nonstructured interview) แต่ได้กำหนดประเด็นต่าง ๆ ไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามประเด็นที่ต้องการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ การสัมภาษณ์โดยวิธีนี้อาจเป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Depth interview) ในแต่ละครั้งในการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาจะเก็บข้อมูลโดยวิธีสังเกตร่วมด้วย ความน่าเชื่อถือของแนวคำถามในการการสัมภาษณ์ ได้รับการตรวจสอบโดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร นายนิยม ภาณุมาสวิวัฒน์ นายกเทศมนตรีตำบลอุทง อำเภอุทง จังหวัดสุพรรณบุรี นายพนมบุตร จันทรโชติ ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทง อำเภอุทง จังหวัดสุพรรณบุรี

เครื่องมือที่ใช้ในการสังเกตจะใช้วิธีการบันทึกภาพถ่ายสิ่งที่ได้พบเห็น ที่ได้รับรู้หรือได้สัมผัส การบันทึกเสียงเพื่อลงข้อมูลในแบบบันทึกที่สร้างขึ้นมา

วิเคราะห์ข้อมูลและสังเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และการตีความหมายของข้อมูลตลอดช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษาค้นคว้า โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ รวมถึงการสังเกตพฤติกรรมผู้ให้ข้อมูล มาทำการวิเคราะห์และตรวจสอบหาข้อเท็จจริง ทั้งจากเอกสารขั้นต้นและการสัมภาษณ์ประเด็นเดียวกันในบุคคลอื่น วิเคราะห์ในส่วนปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทง จากนั้นสรุปสาระที่ได้ ทำการสังเคราะห์ข้อมูล ในการสังเคราะห์ข้อมูล การตีความจะต้องไม่เข้าข้างฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด เพื่อให้ได้ผลที่แท้จริง

สรุปผลและรายงานผลการศึกษา

สรุปผลที่ได้จากการศึกษาตามเนื้อหาข้างต้น เริ่มจากกระบวนการทฤษฎีทางการตลาด ปัญหาและอุปสรรค การศึกษาครั้งนี้นำเสนอผลงานการศึกษาด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology study) เป็นการสัมภาษณ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม โดยมีแผนผัง ภาพถ่าย และภาคผนวกประกอบตามที่เห็นสมควร

ผลการทดลอง/ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การพัฒนาทฤษฎีทางการตลาดของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทง อำเภ่อูทง จังหวัดสุพรรณบุรี” ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

ตอนที่ 1 บริบททั่วไปของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทง อำเภ่อูทง จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วมตามแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีทางการตลาด 7 P's

วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขของการพัฒนาทฤษฎีทางการตลาดของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทง อำเภ่อูทง จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 1 บริบททั่วไปของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุทง

ภูมิประเทศ พื้นที่ในอำเภ่อูทง แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะคือ

1. ภูมิประเทศแบบภูเขาและที่สูง สภาพพื้นที่เป็นลูกคลื่นลอนลาดสลับกับลอนชันจนถึงเทือกเขาสูงชัน ได้แก่ พื้นที่บางส่วนของตำบลบ้านไฉ่ ตำบลคอนคา ตำบลหนองโอง ตำบลพลับพลาไชย ตำบลอุทง

2. ภูมิประเทศแบบลูกคลื่นลอนลาด ลักษณะเป็นพื้นที่ถัดจากเขตภูเขา ได้แก่ พื้นที่ในเขตตำบลบ้านไฉ่ ตำบลคอนคา ตำบลหนองโอง ตำบลอุทง ตำบลจรเข้สามพัน

3. ภูมิประเทศแบบที่ราบลุ่มแม่น้ำจรเข้สามพัน เป็นบริเวณมีความอุดมสมบูรณ์ ได้แก่ พื้นที่ในเขตตำบลอุทง ตำบลจรเข้สามพัน ตำบลระยะยาว โสม ตำบลสระพังลาน ตำบลคอนมะเกลือ ตำบลยูงทลาย ตำบลเจดีย์สภาพพื้นที่ทั่วไป เป็นภูเขาและมีพื้นที่สูงทางด้านตะวันตกขึ้นไปจนถึงทาง ด้านตะวันตกเฉียงเหนือ ส่วนพื้นที่ราบอยู่ทางด้านทิศตะวันออก มีลำน้ำสายหลักคือ ลำน้ำจรเข้สามพัน และลำน้ำสายย่อย ปัจจุบันลำน้ำส่วนใหญ่ตื่นเงิน

ที่ตั้งและอาณาเขต

ทิศเหนือ ติดกับ ติดต่อกับอำเภอคอนเจดีย์

ทิศใต้ ติดกับ ติดต่อกับอำเภอสองพี่น้อง

ทิศตะวันออก ติดกับ อำเภอมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า และอำเภอสองพี่น้อง

ทิศตะวันตก ติดกับ อำเภอพนมทวน อำเภห้วยกระเจา และอำเภอเลาขวัญ (จังหวัดกาญจนบุรี)

การคมนาคม

การเดินทางมายังอำเภ่อูทงนั้นสามารถมาได้หลายเส้นทาง เช่น-ทางหลวงหมายเลข 4(ถนนเพชรเกษม) แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 321(ถนนมาลัยแมน)ที่จังหวัดนครปฐม ผ่านนครปฐม-อำเภอกำแพงแสน-บ้านทุ่งคอก-บ้านสระยาว โสม-อุทง ระยะทางประมาณ 128 กิโลเมตร

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 340(ตลิ่งชัน-สุพรรณบุรี)แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 357(ทางเลี่ยงเมืองสุพรรณบุรี)แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 321(ถนนมาลัยแมน)ผ่าน บางบัวทอง-อำเภอลาดบัวหลวง-อำเภอบางปลา-สุพรรณบุรี-บ้านสวนแดง-อู่ทอง ระยะทางประมาณ 122 กิโลเมตร

ตอนที่ 2 การสังเกตแบบมีส่วนร่วมตามแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการตลาด 7 P's

วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข ของการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอู่ทอง อำเภ่อู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยคุณพนมบุตร จันทรโชติ ผู้อำนวยการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอู่ทอง ได้นำพาเข้าชมพื้นที่โดยรอบและบริเวณภายในอาคารพิพิธภัณฑ

ด้านผลิตภัณฑ์ และการบริการ (Product) ปัญหาและอุปสรรคด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีการให้บริการเพื่อการศึกษาค้นคว้า โดยการนำชมและบรรยายในแต่ละห้องเป็นหมู่คณะแต่มีนิทรรศการกลางแจ้งบางส่วนคือเรือนไททรงดำ ที่อยู่ในสภาพเก่า

ด้านราคา (Price) ปัญหาและอุปสรรคด้านราคา พบว่าการตั้งราคาค่าเข้าชมและใช้สถานที่เป็นไปตามระเบียบของกรมศิลปากร คือ ยกเว้นค่าเข้าชมแก่นักเรียน นักศึกษา ผู้สูงอายุและนักบวชที่มาเป็นหมู่คณะและทำหนังสือติดต่อมาล่วงหน้าเพื่อขอยกเว้นค่าเข้าชม ทำให้พิพิธภัณฑมีรายได้น้อยกว่าปกติจึงมีงบประมาณในการพัฒนาพิพิธภัณฑไม่เพียงพอ

ด้านทำเลที่ตั้ง (Place) ปัญหาและอุปสรรคด้านทำเลที่ตั้ง พิพิธภัณฑตั้งอยู่ในเขตที่ทำกรอำเภ่อู่ทองตัวอาคารไม่โดดเด่นทำให้ผู้คนส่วนใหญ่คิดว่าเป็นสถานที่ทำงานของข้าราชการในอำเภ่อู่ทอง

ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัญหาและอุปสรรคด้านส่งเสริมการตลาด พบว่าพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอู่ทองจัดกิจกรรมหลายกิจกรรมในระหว่างปีเช่น ปีใหม่ของชาวไททรงดำ เป็นต้น ทำให้ขาดงบประมาณในการจัดทำเอกสาร เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ปัญหาและอุปสรรคด้านบุคคล หรือพนักงาน พบว่าบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจและความสามารถในด้านภาษาต่างประเทศ

ด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) ปัญหาและอุปสรรคด้านการสร้างและลักษณะทางกายภาพ กายภาพ อาคารพิพิธภัณฑ มี 2 อาคาร แต่ตั้งอยู่ในเขตของที่ว่ากรอำเภ่อู่ทองส่วนอีกด้านติดกับโรงเรียนทำให้พิพิธภัณฑขาดความโดดเด่น

ด้านกระบวนการ (Process) ปัญหาและอุปสรรคด้านกระบวนการ พบว่าการเข้าชมเป็นหมู่คณะและการขอยกเว้นค่าเข้าชมควรติดต่อล่วงหน้า เพื่อจะได้จัดวิทยากรนำชม หากมีจำนวนมากมีการจัดแบ่งกลุ่มย่อยในการเข้าห้องโสตทัศนศึกษาและนำชม ทำให้เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการนำชมสื่อต่าง ๆ

การอภิปรายผล

จากสภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอู่ทอง ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่ามีการให้บริการเพื่อการศึกษาค้นคว้า โดยการนำชมและบรรยายในแต่ละห้องเป็นหมู่คณะแต่มีนิทรรศการกลางแจ้งบางส่วนคือเรือนไททรงดำ ที่อยู่ในสภาพเก่า ด้านราคาพบว่าการตั้งราคาค่าเข้าชมและใช้สถานที่เป็นไปตามระเบียบของกรมศิลปากร คือ ยกเว้นค่าเข้าชมแก่นักเรียน นักศึกษา ผู้สูงอายุและนักบวชที่มาเป็นหมู่คณะและ

ทำหนังสือติดต่อมาล่วงหน้าเพื่อขอยกเว้นค่าเข้าชม ทำให้พิพิธภัณฑ์มีรายได้น้อยกว่าปกติจึงมีงบประมาณในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ไม่เพียงพอ ด้านทำเลที่ตั้ง พิพิธภัณฑ์ตั้งอยู่ในเขตที่ทำการอำเภออุทงตัวอาคารไม่โดดเด่นทำให้ผู้คนส่วนใหญ่คิดว่าเป็นสถานที่ทำงานของข้าราชการในอำเภออุทง ด้านการตลาด พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทงจัดกิจกรรมหลายกิจกรรมในระหว่างปีเช่น ปีใหม่ของชาวไททรงดำ เป็นต้น ทำให้ขาดงบประมาณในการจัดทำเอกสาร เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านบุคลากรพบว่าบางส่วนยังขาดความรู้ความเข้าใจและความสามารถในการด้านภาษาต่างประเทศ ด้านกระบวนการ การเข้าชมเป็นหมู่คณะและการขอยกเว้นค่าเข้าชมควรติดต่อล่วงหน้า เพื่อจะได้จัดวิทยากรนำชม หากมีจำนวนมากมีการจัดแบ่งกลุ่มย่อยในการเข้าห้องโสตทัศนศึกษาและนำชม ทำให้เจ้าหน้าที่ไม่เพียงพอในการนำชมสื่อต่าง ๆ การสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ อาคารพิพิธภัณฑ์ มี 2 อาคาร แต่ตั้งอยู่ในเขตของที่ทำการอำเภออุทงส่วนอีกด้านติดกับโรงเรียนทำให้พิพิธภัณฑ์ขาดความโดดเด่น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาถึง สภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทง แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทง ด้านผลิตภัณฑ์และบริการควรมีการปรับปรุงซ่อมแซมเรือนชาวไททรงดำให้ใหม่ สวยเด่นสง่างามอยู่อย่างสม่ำเสมอ ด้านราคา พิพิธภัณฑ์ได้จัดงบประมาณเพิ่มเติมเพื่อจ่ายให้เป็นสวัสดิการแก่บุคลากรในการทำงานล่วงเวลา ในวันหยุดนักขัตฤกษ์ต่าง ๆ โดยการจัดตั้งร้านขายสินค้าที่ระลึกและร้านค้าสวัสดิการและตั้งตู้รับบริจาค ด้านสถานที่ ควรสร้างจุดเด่นสามารถแสดงออกด้วยการทาสีใหม่หรือสร้างสัญลักษณ์ขึ้นมาเพื่อให้เกิดความชัดเจน ด้านการตลาด ควรโฆษณาให้ทันยุคทันสมัยสามารถผ่านสื่อต่าง ๆ ได้มากมายทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ และเครือข่ายทางคอมพิวเตอร์ ด้านบุคลากร ควรจัดอบรมภาษาต่างประเทศ หรือจัดอบรมวิทยากรนำชม รวมทั้งอบรมมัคคุเทศก์ ด้านกระบวนการ ควรมีสุนัขนำท่องเที่ยวเพื่อมีการบอกกล่าวทำความเข้าใจในขั้นตอน กฎ ระเบียบต่าง ๆ ในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ส่วนลักษณะทางกายภาพนั้น ควรสร้างบรรยากาศแบบโบราณย้อนยุค พัฒนาสาธารณูปโภค มีการปรับปรุงระบบแสง สี เสียงให้ทันสมัยสามารถกำหนด วางแผนการพัฒนาหรือจัดตั้งโครงการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและครบวงจรมีการร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชน อันสามารถนำไปใช้เป็นการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อให้บริการสอดคล้องต่อความต้องการของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์

เอกสารอ้างอิง

- กมลวัลย์, สมิทธิโชเนียง แอร์แอนด์สเปซมิวเซียม, 4 เมษายน 2551. เข้าถึงจาก <http://gotoknow.org/blog/tvs/172445>,
เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2556
- กรมการศาสนา กองพุทธศาสนสถาน, วัดพัฒนา'26. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์การศาสนา, 2526.
- กรมศิลปากร กองพิพิธภัณฑ์สถาน. พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติในประเทศไทย. กรุงเทพฯ :กรมศิลปากร, 2532.
- กรมศิลปากร สำนักพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ. นามานุกรมพิพิธภัณฑ์สถานในประเทศไทย
ภาคเหนือ เล่ม 1. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร, 2546.

ของ-บาติสต์ ปาล็อกัว. สัพะ พะจะนะ พาสา ไท. กรุงเทพฯ : สถาบันภาษาไทย กรมวิชาการกระทรวงศึกษาธิการ, 2542.

ฐานข้อมูลพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในประเทศไทย. ความหลากหลายของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นในประเทศไทย. ม.ป.ป.

<http://www2.sac.or.th/databases/museumdatabase/> คำนวันที่ 22 มีนาคม 2556

ดำรง ทองสม. ศูนย์วัฒนธรรมสู่โฉมหน้าใหม่ของวัฒนธรรมกับการพัฒนา. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ, 2532.

ทวี บูรณเขตต์. พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจำทวี (พ.ศ. 2526). ม.ป.ท. : ม.ป.พ., 2539.

นิคม มูลิกะคามะ. แนวปฏิบัติในการสงวนรักษาโบราณสถานตามพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2535. ม.ป.ท. : ม.ป.พ., ม.ป.ป.

นิคม มูลิกะคามะ และกุลพันธาดา แสนศักดิ์. วิชาการพิพิธภัณฑ์. กรุงเทพฯ : คณะโบราณคดีมหาวิทยาลัยศิลปากร, 2510.

บุญชัย นิตตะวานิช. พจนานุกรมไทย-อังกฤษ-จีน. กรุงเทพฯ : นานมี, 2529.

ประสพพร พุ่มพวง. “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2545

พุงศักดิ์ จันทรสุรินทร์. วิสัยทัศน์การดำเนินงานวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว, 2539.

ว.สุวรรณ (นามแฝง). ไขปัญหาอบต. กรุงเทพฯ : วิญญูชน, 2543.

วาสนา จัตุพร. “ความคาดหวังและรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่องานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี”. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2547

ศรีศักร วัลลิโภดม. พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น : กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในเอกสารประกอบการสัมมนาพิพิธภัณฑ์ไทยในศตวรรษใหม่. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2544.

สมลักษณ์ เจริญพจน์. พัฒนาการพิพิธภัณฑสถานตามแนวพระราชดำริ ใน พระมหากษัตริย์ไทยกับการพิพิธภัณฑ์. กรุงเทพฯ : กราฟิคฟอร์แมท, 2539.

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน). สารคดีข่าวชุมชน. 10 มีนาคม 2547.<http://www.codi.or.th>. คำนวันที่ 22 มีนาคม 2556

สุภัทรดิศ ดิศกุล. พิพิธภัณฑ์วังสวนผักกาดในกิจการพิพิธภัณฑสถาน. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร, 2517.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ. แนวทางการสืบค้นสังคมวัฒนธรรมท้องถิ่นไทย.ม.ป.ท. : ม.ป.พ., 2544

สำนักงานปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์. หลักการทำ Swot Analysis. 2548.

<http://www.moac.go.th/builder/kmops/index.php?page=695&clicksub=695> คำนวันที่ 22 มีนาคม 2556

เสริมสกุล เสรีจกิจ. “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในภูเก็ต.” ปริญญานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาการจัดการนันทนาการบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2546

เสาวนีย์ กัณฑ์เสนา. “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการสภาพสิ่งแวดล้อมและ
กิจกรรมการท่องเที่ยว : กรณีศึกษา หมู่บ้านรวมมิตร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.” การค้นคว้าอิสระ
ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545

หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู. รายงานการติดตามและประเมินผล โครงการ 100 ปี การฝึกหัดครูไทย.
กรุงเทพฯ : หน่วย, 2536.

อรนุช นิยมธรรม และวิรัช นิยมธรรม. พจนานุกรมพม่า-ไทย และ ไทย-พม่า. กรุงเทพฯ :สถาบันวิจัยภาษาและ
วัฒนธรรมเพื่อพัฒนาชนบท, 2537.

อัญรินทร์ ขจรเวकिन. “กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่
เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ”. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการมนุษย์กับ
สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548

หญิงน จิ ธง. พจนานุกรมไทย-เวียดนาม. กรุงเทพฯ : สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544

Geoffrey, E. Lewis. Communication Services Via Satellite : A Handbook for Design, Installation and Service
Engineers. 2nd ed. S.1 : Butterworth-Heinemann, 1992.

Goodstein, David L. Engineering and Science. S.1 : s.n., 1991.

Huffman, Franklin E. and Proum, Im. English-Khmer Dictionary. Massachusetts :Yale University, 1978.

ICOM. Development of the Museum Definition according to ICOM Statutes. March 24, 2004.

http://icom.museum/his_def_eng.html. July 22, 2009.

Kotler, Philip. Marketing Management. Analysis, planning, implementation and control 8 th ed. Englewood Cliffs
: Prentice - Hall Inc., 1994.

Mcmillan, John. Game Theory in International Economics. Chur : Harwood Academic Publishers, 1986.

Nai Tun Way. Peter Skilling and Deirdre Higgins. The Modern English-Mon Dictionary. Bangkok: Open Society
Institute Burma Project, 1997.

Piercy, N. and Giles, W. “Making SWOT Analysis Work,” Marketing Intelligence & Planning.7(5/6): 5-7:
November, 1989.