



รูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ
แห่ต มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

รูปแบบในการดำเนินงาน และการกลยุทธ์การตลาดของพีพีธภัณฑ์
แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE OPERATIONS PATTERNS AND MARKETING STRATEGIES OF
BATCAT MUSEUM AND TOYS THAILAND



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree
Master of Business Administration
Master of Business Administration Program
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2015
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “รูปแบบในการดำเนิน
กิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์” เสนอโดย
นายพิชญ์ดนุ ภูทอง เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์)

...../...../.....

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ศุภชา เอี่ยมโอภาส)

...../...../.....

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....



57602747 : หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คำสำคัญ : รูปแบบในการดำเนินกิจการ, กลยุทธ์การตลาด, พิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

พิชัญตну ภูทอง : รูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 70 หน้า

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินกิจการของพิพิธภัณฑ์ เพื่อหาแนวทางที่จะพัฒนาการตลาด และการบริหารจัดการที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้พิพิธภัณฑ์สามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน เก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 14 คนด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เจ้าของพิพิธภัณฑ์ 1 คน ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์ 1 คน และเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ 2 คน การสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) กับผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์จำนวน 10 คน ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยเทคนิคแบบสามเส้า และวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายที่กำหนดไว้

ผลการวิจัยพบว่า พิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ รูปแบบการดำเนินกิจการเป็นแบบกิจการเจ้าของคนเดียว จุดแข็งของพิพิธภัณฑ์ ได้แก่ เป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมของสะสมแบบแมนได้มากที่สุดในเอเชีย ด้านจุดอ่อน ได้แก่ ข้อจำกัดของขนาดพิพิธภัณฑ์ และทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ ด้านโอกาส ได้แก่ กระแสความนิยมจากภาพยนตร์แบบแมน และโครงการมิวส์พาส (Muse Pass) ด้านอุปสรรค ได้แก่ ทัศนคติในแง่ลบของคนไทยต่อพิพิธภัณฑ์ ปัญหาเศรษฐกิจและการชุมนุมทางการเมือง แนวทางในการพัฒนาการตลาด ในด้านผลิตภัณฑ์ควรมีการจัดแบ่งหมวดหมู่ และติดป้ายแสดงข้อมูลที่จัดแสดงให้ทั่วถึง ด้านราคา ควรมีราคาพิเศษสำหรับการเข้าชมเป็นหมู่คณะ ด้านสถานที่ ควรขยายพื้นที่อาคารจัดแสดงให้มากขึ้น ด้านการส่งเสริมการขายควรประชาสัมพันธ์ให้พิพิธภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น ด้านบุคลากร เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ควรมีความรู้เกี่ยวกับที่จัดแสดงมากขึ้น ด้านกระบวนการให้บริการ ควรจัดเจ้าหน้าที่เป็นผู้นำชมสำหรับการเข้าชมเป็นหมู่คณะ และด้านภาพลักษณ์ขององค์กร ควรมีการจัดกิจกรรมตามเทศกาลต่างๆมากขึ้น

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....ปีการศึกษา 2558

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์.....

57602747 : MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION PROGRAM

KEYWORD : THE OPERATIONS PATTERNS, MARKETING STRATEGIES, BATCAT MUSEUM
AND TOYS THAILAND

PITCHDANU PHUTHONG : THE OPERATIONS PATTERNS AND MARKETING
STRATEGIES OF BATCAT MUSEUM AND TOYS THAILAND. THESIS ADVISERS : ASSOC.
PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph.D. 70 pp.

This research aims to study the operations patterns and marketing strategies of Batcat Museum and Toys Thailand, as well as problems and threats in the operation of the museum. To find ways for develop a marketing strategy and operation management to the visitor preference and the sustainable operation of the museum. Data were collected from 14-key informants by in-depth interviews with 1 museum owner, 1 museum manager and 2 museum staffs and unstructured interviews with 10 visitors. Data verification by triangulation technique and analyzes the purposes specified.

The research found that Batcat Museum and Toys Thailand's patterns of operation is sole proprietorship. The strength of the museum is the biggest Batman museum in Asia. The weaknesses are size limitations and the location of the museum. The opportunities are the popularity of the Batman films and the Muse Pass project. The threats are a negative attitude of Thai people to the museum, economic problem and political gathering. The development of marketing strategies. On the product, there should be classify and labeling the collections. On the price, there should have special rates for group visitors. On the place, exhibit building should be extended area. On the promotion, should have more advertisement. On the people, staffs should be knowledgeable about the collections. On the process, should have staff for lead the group visitors. And the physical evidence, should have more events in festivals.

Master of Business Administration Program Graduate School, Silpakorn University

Student's Signature..... Academic Year 2015

Thesis Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจากรองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย รวมทั้ง รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์ ประธานกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ ดร.โสภษา เอี่ยมโอภาส ผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ให้ความรู้ คำแนะนำและประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีค่าแก่ผู้วิจัย ขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร บทความวิทยานิพนธ์ และเอกสารทุกแผ่น ที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่น้อง ในหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ที่เป็นเพื่อนร่วมชั้นที่ดีและทำให้การเรียนรู้ในหลักสูตรนี้เป็น ประสบการณ์ที่น่าจดจำ

ขอขอบพระคุณเจ้าของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวนิค มิวนิค เยอรมนี ไทยแลนด์ สมชาย นิติมงคลชัย ผู้จัดการพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวนิค เยอรมนี และเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวนิค ไทยแลนด์ ที่ให้ข้อมูล ความรู้เกี่ยวกับของเล่นและของสะสม รวมถึงประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวนิค เยอรมนี ไทยแลนด์

คุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแต่พระคุณบิดา มารดา ครูอาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ ให้การสนับสนุนและให้กำลังใจดียิ่งเสมอมา



สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญภาพ	ณ

บทที่

1 บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	3
ขอบเขตของการศึกษา.....	3
ประโยชน์ที่ได้รับ	3

2 ทบทวนวรรณกรรม

ความสำคัญและองค์ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถาน	
ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถาน	6
ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการพิพิธภัณฑสถาน	7
ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาของจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑสถาน.....	8
ความรู้เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยภายในพิพิธภัณฑสถาน	9
ประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑสถาน	10
ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานในต่างประเทศ	11
ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานในประเทศไทย	12
องค์ความรู้เกี่ยวกับแบทแมน	
ประวัติและความเป็นมาของหนังสือการ์ตูนแบทแมน	13
ประวัติและความเป็นมาของภาพยนตร์แบทแมน	14
แนวคิดที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis	15
แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด.....	17
แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
3 วิธีดำเนินการวิจัย	
ผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	24
การเก็บรวบรวมข้อมูล	24

บทที่	หน้า
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	25
การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล	26
การวิเคราะห์ข้อมูล	26
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	27
ระยะเวลาดำเนินการวิจัย	27
แผนภูมิรายละเอียดระยะเวลาทำการวิจัย	28
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
รูปแบบในการดำเนินกิจการของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์	
ประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์	30
บริบททั่วไปของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์	30
กลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ตามแนวคิด	
และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	
วิเคราะห์ตามแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	32
วิเคราะห์ตามแนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis	40
ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินกิจการของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวเซียม แอนด์ ทอยส์	
ไทยแลนด์ และแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น	43
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย	45
อภิปรายผล	48
ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย	53
ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป	55
รายการอ้างอิง	56
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	60
ภาคผนวก ข ภาพประกอบเพิ่มเติมการลงพื้นที่ในการวิจัย	64
ประวัติผู้วิจัย	70

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1	ลักษณะอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ 31
2	แสดงการนำชมพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ โดย คุณสมชาย นิติมงคลชัย 31
3	แสดงของสะสมที่หายากที่สุดอันดับที่ 1 เข็มขัดแบทแมนพร้อมอาวุธประจำตัว..... 32
4	แสดงของเล่นและของสะสมจากการ์ตูนดิสนีย์..... 33
5	แสดงลักษณะร้านขายอาหารและเครื่องดื่ม 34
6	แสดงป้ายบอกราคาค่าบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์..... 35
7	แสดงที่จอดรถของพิพิธภัณฑ์ 36
8	แสดงบรรยากาศการทำศนศึกษาในพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์. 37
9	แสดงแผนผังการเข้าชมพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ 38
10	แสดงลักษณะโลโก้ของพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์..... 39



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคปัจจุบันการเพิ่มจำนวนของประชากรโลกเป็นไปอย่างรวดเร็ว ในขณะที่สภาพเศรษฐกิจกลับมีความผันผวนไม่แน่นอน ผู้คนจำเป็นต้องมีการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดในการดำรงชีวิต เพื่อนำไปสู่การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและมั่นคง การแข่งขันเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละคนซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลให้พฤติกรรมของคนในยุคปัจจุบันเปลี่ยนไปจากอดีต ผู้คนส่วนใหญ่ต่างมุ่งมั่นทำงานจนขาดความสุข นำไปสู่การเกิดความเครียดสะสม จำเป็นต้องมีกิจกรรมหรืองานอดิเรกเพื่อช่วยบรรเทาความเครียด และเป็นสิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจได้อีกทางหนึ่ง (ทศพล ว่องไวกลยุทธ์, 2556)

กิจกรรมและงานอดิเรกสามารถกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่มีบทบาทในชีวิตประจำวันของทุกคน แต่ละคนย่อมมีกิจกรรมและงานอดิเรกที่ตนสนใจแตกต่างกันไป กิจกรรมและงานอดิเรกช่วยในการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น นอกจากนี้ยังเป็นการช่วยบรรเทาความเครียด ลดความวุ่นวาย เสริมสร้างสุขภาพ และสมาธิ โดยรูปแบบของกิจกรรมและงานอดิเรกมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งหนึ่งในงานอดิเรกที่ผู้คนนิยมและมีบทบาทมากที่สุดคือ การสะสม (Belk, 1995)

การสะสม หมายถึง กระบวนการได้มา เลือกสรร และครอบครองวัตถุหนึ่ง เห็นคุณค่าและความสำคัญของวัตถุนั้น จนนำไปสู่ความหลงใหล มีความกระตือรือร้นในการแสวงหาวัตถุเหล่านั้นมาเก็บรวบรวม โดยที่วัตถุนั้นอาจมาจากสิ่งที่คุณเห็นว่าไร้ค่า แต่ในมุมมองของผู้ที่สะสมวัตถุนั้นนั้นๆ แล้ว กลับกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ มีคุณค่า ทั้งที่ประเมินค่าได้และประเมินค่าไม่ได้ วัตถุที่มีประโยชน์ใช้สอย เช่น ที่ใส่เกลือกับพริกไทย เมื่อเปลี่ยนสถานะเป็นของสะสมแล้ว นิยามของมันจะไม่ใช่เป็นเครื่องปรุงรสอีกต่อไป การสะสมของสะสมนั้นมีวัตถุที่มีคนสนใจเก็บสะสมอยู่มากมาย แต่ของสะสมที่มีผู้คนสนใจอยู่มากในปัจจุบัน นั่นคือ ของเล่น (Belk, 1995)

ของเล่น หมายถึง ของสำหรับเด็กเล่นเพื่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542 : 174) แต่นอกจากจะหมายถึงของสำหรับเด็กเล่นแล้ว คำว่า “ของเล่น” ยังใช้ได้กับสิ่งต่างๆ มากมายที่เป็นของเล็กๆน้อยๆ เป็นเครื่องประดับหรือเป็นของทำเอาไว้ดูเล่น หรือใช้สะสมเป็นงานอดิเรก การสะสมของเล่นไม่ได้หมายความถึงการสะสมของเล่นจำนวนมากๆเพื่อนำมาใช้เล่น หากแต่เป็นการเก็บสะสม รวบรวมเป็นคอลเลกชัน (Collection) ซึ่งของเล่นและของสะสมที่นักสะสมเลือกสะสมเข้าคอลเลกชันนั้นมีอยู่มากมาย แตกต่างตามความชอบส่วนตัวของแต่ละคน แต่หากกล่าวถึงของเล่นและของสะสมที่หลายคนนิยมในปัจจุบัน นั่นคือของเล่นและของสะสมที่ได้รับอิทธิพลจากหนังสือการ์ตูน และภาพยนตร์ (ยุพิน เตชะมณี, 2524)

แบทแมน (Batman) เป็นตัวละครที่มีความนิยมอย่างมากจากคนทั่วโลก ความนิยมในตัวละครนี้เกิดจากอิทธิพลของหนังสือการ์ตูน และภาพยนตร์ นับตั้งแต่ตัวละครนี้ถือกำเนิดโดย Bob Kane ผู้ออกแบบตัวละคร และเปิดตัวผ่านหนังสือการ์ตูน Detective Comics ในปีค.ศ.1939 มีการนำไปสร้างเป็นละครโทรทัศน์ในปีค.ศ.1944 ตามด้วยการสร้างเป็นภาพยนตร์มากมายหลายเรื่องตั้งแต่ปีค.ศ.1966 ถึงปัจจุบัน ด้วยบุคลิกลักษณะของแบทแมนที่มีความสุขุม รอบคอบ ยึดมั่นในคุณธรรม มีความอัจฉริยะในการสืบสวนคดีและหาความจริงปราบเหล่าร้ายด้วยยานพาหนะและอุปกรณ์ล้ำสมัย แบทแมนจึงกลายเป็นขวัญใจผู้คนในทุกเพศทุกวัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (Daniels, 2003)

จากหนังสือการ์ตูน และภาพยนตร์ต่างๆจำนวนมากที่ได้นำเสนอสู่สายตาคนทั่วโลก ส่งผลให้มีผู้ชื่นชอบในตัวละครแบทแมนมากมาย หลายคนสนใจที่จะสะสมของเล่น และสิ่งของต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแบทแมนเป็นงานอดิเรก ด้วยระยะเวลากว่า 76 ปี นับตั้งแต่แบทแมนได้ถือกำเนิด สินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแบทแมนถูกผลิตขึ้นมาหลายรูปแบบ ซึ่งมีทั้งของสะสมที่มีลักษณะเป็นของเล่น สิ่งพิมพ์ วัสดุทัศนวิทัศน์ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น กล่องใส่ของ กระเป๋า แปรงสีฟัน เป็นต้น (Biochel, 1991) จนได้มีนักสะสมชาวไทย หนึ่งในผู้ที่ชื่นชอบแบทแมนได้สะสมและรวบรวมสิ่งของเหล่านี้เป็นเวลานานกว่า 10 ปี และนำออกมาจัดแสดงแก่ผู้สนใจด้วยการเปิดเป็นพิพิธภัณฑ์ของเล่นและของสะสมแบทแมน โดยใช้ชื่อว่า “พิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์” (สมชาย นิติมงคลชัย, 2558)

พิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ (Batcat Museum and Toys Thailand) ตั้งอยู่ที่ ถนนศรีนครินทร์ แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร ด้วยเนื้อที่กว่า 1 ไร่ เปิดให้บริการในปีพ.ศ.2555 โดยความตั้งใจของ คุณสมชาย นิติมงคลชัย นักสะสมของเล่นแบทแมนอันดับ 1 ในเอเชีย ที่ได้เก็บสะสมของเล่น และผลิตภัณฑ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับแบทแมนจากทั่วโลกเป็นเวลานานกว่า 10 ปี โดยมีจำนวนของสะสมมากกว่า 50,000 ชิ้น พิพิธภัณฑ์แห่งนี้เปิดให้นักท่องเที่ยวและผู้สนใจได้เข้ามาชมและเรียนรู้ถึงความเป็นแบทแมนผ่านของเล่น ของสะสมนานาชนิดที่ล้วนแล้วแต่มีเรื่องราวและความเป็นมาที่น่าสนใจ (สมชาย นิติมงคลชัย, 2558)

พิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ถือได้ว่าเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและแปลกใหม่ ด้วยการเป็นพิพิธภัณฑ์ส่วนตัว (Private Museum) ที่จัดแสดงของเล่นและของสะสมตัวละครหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง ซึ่งในประเทศไทยยังไม่เคยมีพิพิธภัณฑ์รูปแบบนี้มาก่อน พิพิธภัณฑ์จึงสามารถจุดเด่นนี้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และยังสามารถนำกลยุทธ์การตลาดเข้ามาช่วยพัฒนาประสิทธิภาพให้มากขึ้น (สมชาย นิติมงคลชัย, 2558)

กลยุทธ์การตลาด เป็นเทคนิคและวิธีการทางตลาดที่ผู้ประกอบการนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ วางแนวทาง และบริหารองค์กรอย่างมีระบบ ทำให้องค์กรสามารถดำเนินการได้อย่างสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เพิ่มศักยภาพในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ของกิจการ และการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

จากงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่า การดำเนินกิจการของพิพิธภัณฑ์ในไทยทั้งที่เป็นรูปแบบบริหาร โดยเอกชน และรูปแบบบริหารโดยราชการนั้นต่างไม่ประสบความสำเร็จมากนัก ปัญหาและอุปสรรค ที่พบ ได้แก่ การขาดแคลนเงินทุนในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ รูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ทั่วถึง ปัญหาจากทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ การขาดการบริหารจัดการที่ดี และการขาดกลยุทธ์ต่างๆที่จะช่วย ส่งเสริมพัฒนาการดำเนินกิจการพิพิธภัณฑ์ให้มีศักยภาพมากขึ้น (สันติภาพ คำสะอาด, 2553)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่พบ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา รูปแบบ ในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ที่จะช่วยให้พิพิธภัณฑ์แห่งนี้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น และเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในประเทศไทยสืบต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษารูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินกิจการของพิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ตลอดจนแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้ ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตของการศึกษาออกเป็น

1. ขอบเขตทางด้านเนื้อหา ศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ รูปแบบการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดตามแนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis และแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการประกอบกิจการของพิพิธภัณฑ์ พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นกับ พิพิธภัณฑ์
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ พื้นที่ของ พิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ตั้งอยู่ที่ ถนนศรีนครินทร์ แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร
3. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ เจ้าของพิพิธภัณฑ์ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์ เจ้าหน้าที่ พิพิธภัณฑ์ และผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์
4. ขอบเขตด้านเวลาที่ใช้ในการทำวิจัย ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2558 – พฤษภาคม พ.ศ.2559

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงรูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ผู้ประกอบการพิพิธภัณฑ์และผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางพัฒนากลยุทธ์ให้กับพิพิธภัณฑ์ต่อไป

2. ทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาในการดำเนินกิจการของพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวนิเชียม แอนต์ ทอยส์ ไทยแลนด์ เพื่อให้ผู้ประกอบการพิพิธภัณฑสถานและผู้ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางพัฒนากลยุทธ์ให้กับพิพิธภัณฑสถานต่อไป



บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่องรูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑสถานแบบแคทมิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ผู้วิจัยได้ศึกษาองค์ความรู้แนวคิดทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยนำเสนอตามลำดับหัวข้อดังนี้

1. ความสำคัญและองค์ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานของเล่น
 - 1.1 ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถาน
 - 1.2 ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการพิพิธภัณฑสถาน
 - 1.2.1 ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาของจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑสถาน
 - 1.2.2 ความรู้เกี่ยวกับระบบรักษาความปลอดภัยภายในพิพิธภัณฑสถาน
 - 1.3 ประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑสถานของเล่น
 - 1.3.1 ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานของเล่นในต่างประเทศ
 - 1.3.2 ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานของเล่นในประเทศไทย
2. องค์ความรู้เกี่ยวกับแบทแมน
 - 2.1 ประวัติและความเป็นมาของหนังสือการ์ตูนแบทแมน
 - 2.2 ประวัติและความเป็นมาของภาพยนตร์แบทแมน
3. แนวคิดที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis
 - 3.2 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด
 - 3.3 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความสำคัญและองค์ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ของเล่น

1. ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์

พิพิธภัณฑ์ (Museum) คือสถานที่ที่จัดตั้งขึ้นโดยมีรูปแบบวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปตามเป้าหมายในการจัดตั้ง แต่สิ่งที่พิพิธภัณฑ์มีเป้าหมายเดียวกันคือการเก็บรักษา และจัดแสดงวัตถุสิ่งของ เพื่อให้บริการแก่สาธารณชนทั่วไปเพื่อเป็นประโยชน์ในการศึกษา บอกเล่าเหตุการณ์ต่างๆ ในประวัติศาสตร์ และยังเป็นการแสดงวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นนั้นๆ (นิคม มูลิกะคามะ และ กุลพันธาดา แสนศักดิ์, 2510)

ความหมายของพิพิธภัณฑ์ในปัจจุบันมีความหลากหลายมากขึ้น ไม่จำกัดอยู่แค่การเก็บรักษาและจัดแสดงวัตถุเท่านั้น เป็นรูปแบบพิพิธภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการสร้างสันทนาการประกอบการเรียนรู้ ทำให้นอกจากจะได้รับประสบการณ์ใหม่ๆ แล้ว ยังได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ซึ่งพิพิธภัณฑ์เหล่านี้ ได้แก่ พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ (Aquarium) พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ที่มีชีวิต (Living Museum) เป็นต้น จึงกล่าวได้ว่า "พิพิธภัณฑ์" เป็นแหล่งเรียนรู้ที่สำคัญ ดังที่สภาการพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ (International Council of Museum) หรือ ICOM ได้ให้ความหมายของคำว่า "พิพิธภัณฑ์" ไว้ว่า "พิพิธภัณฑ์เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรที่เปิดเป็นสถานที่สาธารณะและเป็นสถาบันถาวรที่ให้บริการแก่สังคม และมีส่วนในการพัฒนาสังคม มีหน้าที่รวบรวม สงวนรักษา ค้นคว้าวิจัย เผยแพร่ความรู้ และจัดแสดงวัตถุอันเป็นหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ ทั้งนี้เพื่อจุดประสงค์ทางการค้นคว้าการศึกษา และความเพลิดเพลินใจ" (ICOM, 2004)

ปรัชญา ธนาภักษ์ไพศาล (2550) ได้กล่าวถึงบทบาทหน้าที่ของพิพิธภัณฑ์ โดยแบ่งออกเป็น 6 บทบาทหน้าที่ ได้แก่

1. การรวบรวมวัตถุ (Collecting) ซึ่งเป็นหน้าที่หลักของพิพิธภัณฑ์ ในการรวบรวมวัตถุ และรวบรวมเรื่องราวต่างๆ เพื่อให้ความรู้แก่ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์
2. การจำแนกประเภท (Identifying) คือ การจำแนกประเภทของวัตถุที่จัดแสดง จากการศึกษาและวิจัยความจริง เพื่อจำแนกประเภทของวัตถุตามลักษณะทางกายภาพต่างๆ เช่น รูปแบบที่มา แหล่งกำเนิด การใช้งาน เป็นต้น
3. การทำบันทึกข้อมูล (Recording) คือ การนำข้อมูล ความรู้ และหลักฐานทั้งหมดเกี่ยวกับของที่จัดแสดงมาบันทึกเป็นข้อมูลส่วนกลางของพิพิธภัณฑ์ เพื่อทำเป็นป้ายประวัติข้อมูลบนของจัดแสดง
4. การสงวนรักษา (Preservation) คือ การดูแล รักษา ฝาระวังไม่ให้ของจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์เสื่อมสภาพ ชำรุดเสียหาย หรือสูญหาย
5. การจัดแสดง (Exhibition) เป็นหน้าที่สำคัญที่พิพิธภัณฑ์ต้องจัดแสดงให้เป็นที่สนใจ และสามารถถ่ายทอดความรู้แก่ผู้ชมพิพิธภัณฑ์ได้
6. การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) เพื่อทำให้พิพิธภัณฑ์เป็นที่รู้จัก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์มากขึ้น

ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์มีอยู่มากมายหลายประเภท โดยประเภทของพิพิธภัณฑ์ถูกแบ่งไว้อย่างแตกต่างกันตามแต่นักวิชาการซึ่งสามารถแบ่งไว้อย่างกว้างๆได้ 2 ประเภทคือ

1. พิพิธภัณฑ์ประเภทวัฒนธรรม (Cultural Museum) คือ พิพิธภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เก็บรักษาและจัดแสดงเรื่องราววัฒนธรรมของมนุษย์ทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน
2. พิพิธภัณฑ์ประเภทวิทยาศาสตร์ (Science Museum) คือ พิพิธภัณฑ์ที่ทำหน้าที่เก็บรักษาและจัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวข้องกับทางด้านวิทยาศาสตร์ หรือเกี่ยวข้องกับสาขาวิทยาศาสตร์ทุกแขนง

ส่วนสภาการพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ (The International Council of Museum) นั้นได้แบ่งพิพิธภัณฑ์ตามลักษณะสิ่งที่จัดแสดงออกเป็น 12 ประเภท ดังนี้ (ICOM, 2004)

1. พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Museum of Science and Technology)
2. พิพิธภัณฑ์ธรรมชาติวิทยา (Museum of Natural History)
3. พิพิธภัณฑ์ชาติพันธุ์วิทยา (Museum of Ethnology)
4. พิพิธภัณฑ์โบราณคดีและประวัติศาสตร์ (Museum of Archaeology and History)
5. พิพิธภัณฑ์ศิลปะประยุกต์ (Museum of Applied Art)
6. พิพิธภัณฑ์ศิลปะสมัยใหม่ (Museum of Modern Art)
7. พิพิธภัณฑ์ส่วนภูมิภาคหรือท้องถิ่น (Regional Museum)
8. พิพิธภัณฑ์วรรณคดี (Literature Museum)
9. พิพิธภัณฑ์เครื่องแก้ว (Museum and Collections of Glass)
10. พิพิธภัณฑ์เครื่องแต่งกาย (Museum of Costumes)
11. พิพิธภัณฑ์เครื่องดนตรี (Museum of Musical Instruments)
12. พิพิธภัณฑ์อื่นๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ยานพาหนะ (Transport Museum) พิพิธภัณฑ์ของเล่น (Toy Museum)

จากการแบ่งประเภทของพิพิธภัณฑ์ที่ได้กล่าวไปนั้น ในความเป็นจริงในปัจจุบันพิพิธภัณฑ์หลายแห่งต่างมีการผสมผสาน และประยุกต์ประเภทของพิพิธภัณฑ์หลายประเภทรวมเข้าด้วยกันไว้ในพิพิธภัณฑ์แห่งเดียว หรืออาจมีการกำหนดเป็นประเภทพิพิธภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ ซึ่งมีความหลากหลายต่อการจัดหมวดหมู่ประเภทของพิพิธภัณฑ์

2. ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์

พิพิธภัณฑ์เป็นสถานที่เก็บรวบรวมและจัดแสดงวัตถุและสิ่งของ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และสร้างประสบการณ์แก่สาธารณชนทั่วไปมีการจัดนิทรรศการและกิจกรรมในโอกาสสำคัญ จัดพื้นที่ภายในพิพิธภัณฑ์และบริเวณโดยรอบให้มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม เป็นระเบียบเรียบร้อย มีการจัดร้านขายของที่ระลึก และร้านค้าอื่นๆเพื่อบริการแก่ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ (สันติภาพ คำสะอาด, 2553)

ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยต่างประสบปัญหาอย่างหนัก โดยในแต่ละเดือนมีผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ในปริมาณที่น้อยมากเมื่อเทียบกับพิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศ ผู้เยี่ยมชมที่เคยมาเยี่ยมชมแล้วไม่มีการเข้ามาเยี่ยมชมซ้ำ ยิ่งกว่านั้นพิพิธภัณฑ์บางแห่งที่เปิดบริการมานานแต่กลับไม่เป็นที่รู้จัก ซึ่งปัญหาต่างๆเหล่านี้ทำให้พิพิธภัณฑ์หลายแห่งในประเทศไทยทั้งของภาครัฐและเอกชนต่างต้องหา

กลยุทธ์และรูปแบบการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น เพื่อเพิ่มปริมาณผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ ทำให้พิพิธภัณฑ์สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างยั่งยืน (สันติภาพ คำสะอาด, 2553)

สำหรับความรู้ที่สำคัญเกี่ยวกับการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ ได้แก่

2.1 ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาของจัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์

วัตถุและสิ่งของทุกชิ้นที่ถูกเก็บรักษาและจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องมีการดูแลรักษาให้มีสภาพเดิมให้มากที่สุด เพื่อไม่ให้เกิดการสึกหรอหรือเสื่อมสภาพตามกาลเวลา จำเป็นต้องมีการตรวจสอบสภาพและซ่อมบำรุงอยู่เสมอ ซึ่งวัตถุและสิ่งของแต่ละชิ้นมีความแตกต่างกัน จึงต้องรู้ว่าวัตถุและสิ่งของนั้นๆมีคุณสมบัติและลักษณะทางกายภาพอย่างไร เพื่อให้สามารถดูแลรักษา ป้องกันการเสื่อมสภาพ และเลือกวิธีการซ่อมบำรุงได้อย่างเหมาะสมกับวัตถุและสิ่งของนั้นๆ โดยวัตถุและสิ่งของต่างๆสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ (จิรา จงกล, 2518)

1. อินทรีย์วัตถุ คือวัตถุและสิ่งของที่เป็นวัสดุจาก ไม้ กระดาษ และงา สามารถเสื่อมสภาพได้ง่าย จึงต้องมีการดูแลรักษาและซ่อมบำรุงเป็นพิเศษ
2. อนินทรีย์วัตถุ คือวัตถุและสิ่งของที่เป็นวัสดุจากหิน และโลหะ สามารถเสื่อมสภาพได้จากอุณหภูมิ และความชื้น เป็นต้น

ส่วนในด้านการเสื่อมสภาพของวัตถุและสิ่งของตามธรรมชาติที่พิพิธภัณฑ์ต้องดูแลและป้องกันนั้น มีสาเหตุหลัก ดังนี้

1. อุณหภูมิและความชื้น

อุณหภูมิและความชื้นในพิพิธภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญ การมีอุณหภูมิที่สูงหรือต่ำจนเกินไป หรืออุณหภูมิไม่คงที่ ส่งผลให้วัตถุและสิ่งของต่างๆที่เก็บรักษาและจัดแสดงสามารถเสื่อมสภาพได้ง่าย ส่วนความชื้นจะมีผลกระทบอย่างมากกับวัตถุและสิ่งของที่เป็นโลหะ อาจทำให้เกิดสนิม และผุกร่อน รวมไปถึงการเกิดเชื้อรากับวัสดุอื่นๆอีกด้วย ซึ่งพิพิธภัณฑ์ควรออกแบบพื้นที่จัดเก็บและจัดแสดงวัตถุและสิ่งของให้เหมาะสม ควรแยกวัตถุและสิ่งของที่เสื่อมสภาพได้ง่ายจากอุณหภูมิและความชื้นในพื้นที่พิเศษ ต้องมีการควบคุมอุณหภูมิในห้องให้เหมาะสมและคงที่ มีอากาศถ่ายเทสะดวก เป็นต้น

2. แสง

แสง แบ่งออกเป็น แสงธรรมชาติ นั่นคือแสงอัลตราไวโอเล็ตจากพระอาทิตย์ และแสงจากหลอดไฟต่างๆ ซึ่งสามารถทำให้วัตถุและสิ่งของมีการเสื่อมสภาพ เช่น สีซีด แห้งกรอบ เป็นต้น โดยที่พิพิธภัณฑ์ควรออกแบบพื้นที่จัดเก็บและจัดแสดงวัตถุและสิ่งของให้เหมาะสม โดยห้องจัดแสดงอาจปิดทึบไม่ให้แสงธรรมชาติเข้าได้ การเลือกใช้กระจกที่ป้องกันแสงและการเลือกใช้หลอดไฟที่ปริมาณความเข้มของแสงเหมาะสมกับการจัดแสดง เป็นต้น

3. แมลง และสิ่งมีชีวิตขนาดเล็ก

แมลง และสิ่งมีชีวิตขนาดเล็ก เป็นหนึ่งในปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นได้มากในประเทศไทยซึ่งตั้งอยู่ในภูมิประเทศเขตร้อนชื้น วัตถุและสิ่งของที่เสื่อมสภาพได้ง่ายควรจัดเก็บในตู้ที่ปิดอย่างมิดชิด เพื่อป้องกันไม่ให้แมลงและสิ่งมีชีวิตขนาดเล็กเข้าไปอยู่อาศัย นำไปสู่การกัดแทะทำลายวัตถุและสิ่งของที่จัดแสดง นอกจากนี้ยังมีวิธีป้องกันและกำจัดในแบบอื่นๆ เช่น การออกแบบ

อาคารจัดแสดงที่ป้องกันแมลงและสิ่งมีชีวิตขนาดเล็กרבกวน การใช้สารเคมีหรือกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่เหมาะสม เป็นต้น

นอกจากการเสื่อมสภาพของวัตถุและสิ่งของที่มีสาเหตุจากธรรมชาติแล้ว อีกสาเหตุที่สำคัญคือการเสื่อมสภาพจากการกระทำของมนุษย์ ทั้งจากบุคคลภายในพิพิธภัณฑสถาน ได้แก่ การเคลื่อนย้ายวัตถุ การดูแลรักษา และซ่อมบำรุงที่ไม่เหมาะสม จากบุคคลภายนอก เช่น การจับหรือสัมผัสวัตถุที่จัดแสดง กลิ่นและควันบุหรี่ เป็นต้น (จิรา จงกล, 2518)

2.2 ความรู้เกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยในพิพิธภัณฑสถาน

วัตถุและสิ่งของที่เก็บรักษาและจัดแสดงในพิพิธภัณฑสถานแล้วแต่เป็นสิ่งที่มียุทธศาสตร์ค่า ยิ่งไปกว่านั้นวัตถุและสิ่งของบางชิ้นไม่สามารถหามาทดแทนชิ้นเดิมได้ พิพิธภัณฑสถานจึงต้องมีการรักษาความปลอดภัยให้กับวัตถุและสิ่งของที่เก็บรักษาไว้จากการโจรกรรม อัคคีภัย อุทกภัย และภัยธรรมชาติอื่นๆ โดยเทคนิคในการรักษาความปลอดภัยในพิพิธภัณฑสถาน ได้แก่

1. เทคนิคทางกลศาสตร์ เช่น ระบบกุญแจ รั้วกัน ตู้กระจกกันสะเทือน และการสร้างห้องนิรภัย เป็นต้น

2. เทคนิคระบบสัญญาณแจ้งเหตุ

2.1 เทคนิคทางไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การติดตั้งเครื่องดักเสียง รั้วไฟฟ้า เป็นต้น

2.2 เทคนิคทางกลศาสตร์และอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การควบคุมประตูทางเข้า เครื่องดักการกระทบกระเทือน เครื่องดักความร้อน เป็นต้น

3. การใช้กล้องวงจรปิด

4. การใช้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

5. การใช้แสงสว่าง

นอกจากเทคนิคในการรักษาความปลอดภัยที่ได้กล่าวไป เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถานหรือภัณฑรักษ์ควรจะมีความรู้เกี่ยวกับวัตถุและสิ่งของที่จัดแสดง มีการบันทึก ลักษณะ ประวัติ และสภาพวัตถุหรือสิ่งของต่างๆ ที่จัดแสดงจากการจดบันทึกหรือเก็บภาพถ่าย โดยมีการแบ่งหมวดหมู่อย่างชัดเจน ง่ายต่อการนำมาตรวจสอบ ทั้งนี้ยังควรมีความรู้ในเรื่องลักษณะอาคารหรือห้องที่จัดแสดง รวมถึงวิธีการป้องกันการโจรกรรม อัคคีภัย และภัยธรรมชาติอื่นๆ ในเบื้องต้น เพื่อความพร้อมในการดูแลรักษาวัตถุและสิ่งของต่างๆ ที่มีค่าได้ตลอดเวลา (จิรา จงกล, 2518)

จากความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑสถานที่ผู้วิจัยได้รวบรวมมา สามารถสรุปได้ว่า พิพิธภัณฑสถาน คือ สถานที่จัดตั้งเพื่อการศึกษาเรียนรู้แก่สาธารณชน ด้วยการรวบรวม เก็บรักษา และจัดแสดงวัตถุสิ่งของต่างๆ สิ่งมีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม รวมถึงหลักฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและสร้างสรรค์โดยมนุษย์ โดยมีการแบ่งประเภทของพิพิธภัณฑสถานที่หลากหลายตามลักษณะและสิ่งของที่จัดแสดง ซึ่งพิพิธภัณฑสถานจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดีในการดูแลรักษาของจัดแสดงอย่างเหมาะสม ผู้วิจัยเห็นว่าความรู้ดังกล่าวเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องรับรู้ก่อนทำการสัมภาษณ์ เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ได้อย่างถูกต้องนำไปสู่การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยต่อไป

3. ประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์ของเล่น

พิพิธภัณฑ์มีอยู่ด้วยกันหลายประเภท โดยแบ่งตามความหลากหลายและแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้จัดเก็บรวบรวมวัตถุ พิพิธภัณฑ์ของเล่น (Toy Museum) เป็นพิพิธภัณฑ์ประเภทหนึ่งที่มีผู้เขียนเห็นว่ามีความน่าสนใจศึกษาถึงรูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการของพิพิธภัณฑ์ที่จัดว่าเป็นลักษณะกิจการที่แปลกใหม่ และมีความน่าสนใจ (พาชีน ติวานนท์, 2548)

“ของเล่น” ตามความหมายในพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน หมายถึง ของสำหรับเด็ก เล่นเพื่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542 : 174) แต่นอกจากจะหมายถึงของสำหรับเด็กเล่นแล้ว คำว่า “ของเล่น” ยังใช้ได้กับสิ่งต่างๆ มากมายที่เป็นของเล็กๆน้อยๆ เป็นเครื่องประดับหรือเป็นของทำเอาใจผู้เล่น หรือใช้สะสมเป็นงานอดิเรก นอกเหนือจากความสนุกสนานเพลิดเพลินแล้ว ของเล่นยังเป็นเครื่องมือที่ฝึกให้เด็กเข้าใจการเรียนรู้และสร้างความมั่นใจให้แก่เด็กในการเริ่มเรียนรู้โลกรอบตัว และยังช่วยในการฝึกทักษะต่างๆ จนหลายคนต่างเชื่อว่าการเล่นก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีความหมายสำหรับเด็ก (ยุพิน เตชะมณี, 2524)

ของเล่นเป็นสิ่งที่กำเนิดมานานหลายยุคสมัย ของเล่นมักจะสะท้อนให้เห็นเหตุการณ์ ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ตามยุคสมัยนั้นๆ เช่น ยุคสงคราม เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในโลก รวมไปถึงการสะท้อนถึงแฟชั่น การแต่งตัว และความนิยมในสมัยนั้นๆ ของเล่นเก่าแก่ในยุคแรกๆส่วนใหญ่จะใช้วัสดุที่หลากหลายตามแต่ที่จะหาได้ในช่วงยุคนั้น เช่น ตุ๊กตาหล่อด้วยโลหะสัมฤทธิ์ ดินเผา หรือทำด้วยไม้ และมีการตกแต่งด้วยกระจก หรือลูกปัด ไปจนกระทั่งทำด้วยงาช้างแกะ (เอนก นาวิกมูล, 2539)

ในช่วงศตวรรษที่ 19 ของเล่นเริ่มมีการใช้กลไกเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยช่างทำของเล่นในบาวาเรียได้สร้างหัวจักรรถไฟของเล่นขึ้นเป็นครั้งแรก จากนั้นอุตสาหกรรมของเล่นในยุคนี้ต่างพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ และขยายตัวอย่างรวดเร็ว ในช่วงแรกของเล่นมักทำจากดีบุกพิมพ์ จนกระทั่งสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงค่อยๆเปลี่ยนเป็นของเล่นที่หล่อขึ้นจากโลหะ ซึ่งเป็นเทคนิคที่ใช้กับการทำของเล่นที่เป็นรถจำลองขนาดเล็ก โดยมีรายละเอียดที่สมบูรณ์ สวยงามและเหมือนจริง จนกระทั่งยุคหลังๆ เริ่มมีการเปลี่ยนวัสดุมาเป็นพลาสติกอยู่บ้าง แต่ของเล่นที่ทำจากโลหะก็ยังคงเป็นที่นิยม (เอนก นาวิกมูล, 2539)

ประวัติของของเล่นในไทย ย้อนไปในสมัยทวารวดี ของเล่นโบราณของไทยมักจะทำจากวัสดุที่หาได้ง่ายตามธรรมชาติ เช่น ไม้ก้านกล้วย ดาบทางใบตอง เป็นต้น เป็นของเล่นที่ทำเพื่อเล่นได้ชั่วคราวก็จะเสื่อมสลายไป จนมาถึงสมัยรัตนโกสินทร์ เฟรเดอริก อาร์เธอร์ นีล ที่เคยมาอยู่เมืองไทยในสมัยรัชกาลที่ 3 ได้เขียนบรรยายไว้ในหนังสือ Narrative of a Resident in Siam (พิมพ์เมื่อ พ.ศ. 2395) ว่าในหน้าสำเภา พ่อค้าจีนเข้ามาถึงกรุงเทพฯ คนกรุงเทพฯ ก็มีโอกาสได้เลือกซื้อสินค้าแปลกๆมากมายจากพ่อค้าจีน มีทั้งเสื้อผ้าสวยๆของกินและขนมหวานนานาชนิด มีเงิน หมวก ฟาง และยังมีของเล่นแปลกๆที่มีกลไกรวมอยู่ด้วย ของเล่นนั้นเป็นรถยนต์จำลองขนาดเล็ก ที่สามารถไขลานได้เหมือนนาฬิกา พอไขแล้วรถของเล่นจะวิ่งไปข้างหน้าได้หลายนาที เป็นที่ชื่นชอบของเด็กๆ ส่วนในด้านการผลิตของเล่นในประเทศไทย พบว่ามีเริ่มผลิตครั้งแรกในสมัยรัชกาลที่ 5 โดยมีหลักฐานปรากฏในหนังสือพิมพ์ บางกอกสมัย ฉบับวันที่ 25 กันยายน ร.ศ.118 (พ.ศ.2442) เนื้อความกล่าวถึงการเสด็จประพาสของในหลวงรัชกาลที่ 5 และสมเด็จพระศรีพัชรินทราบรมราชินีนาถ ได้เสด็จไปตามลำคลองในกรุงเทพฯ บริเวณปากคลองผดุง และได้พบแพของจีนเอี้ยงซึ่งพ่อค้าจีนได้นำของเล่นที่ทำ

จากเหล็กวิลาด (เหล็กเคลือบสังกะสี) มาวางขายในหลวงจึงทรงซื้อของเล่นนั้นด้วยเงินจำนวนสิบบาท (เอนก นาวิกมูล, 2539)

จากความเป็นมาเกี่ยวกับของเล่น ทำให้พอจะทราบถึงที่มาของของเล่นและพิพิธภัณฑ์ของเล่นในประเทศไทยซึ่งในส่วนของพิพิธภัณฑ์ของเล่นนั้น ยังอยู่ในขั้นตอนของความพยายามรวบรวม และผลักดันให้เกิดขึ้น ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยยังมีพิพิธภัณฑ์ของเล่นอยู่ไม่มากนัก โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงพิพิธภัณฑ์ของเล่นในประเทศไทยและต่างประเทศในส่วนต่อไป

3.1 ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ของเล่นในต่างประเทศ

พิพิธภัณฑ์ของเล่นในต่างประเทศนั้น มีประวัติและวิวัฒนาการทางด้านของเล่นมาอย่างยาวนาน ทำให้มีการรวบรวมและจัดตั้งพิพิธภัณฑ์ขึ้นหลายแห่ง ทั้งที่เป็นส่วนบุคคล หน่วยงานเอกชน และของรัฐบาล ผู้วิจัยได้ทำการสืบค้นข้อมูล ทำให้ทราบข้อมูลของพิพิธภัณฑ์ของเล่นในประเทศต่างๆ โดยจะขอแนะนำตัวอย่างพิพิธภัณฑ์ที่น่าสนใจดังนี้ (พาซิน ดิวานนท์, 2548)

1. Pollock's Toy Museum

พิพิธภัณฑ์ Pollock's Toy Museum ตั้งอยู่ในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ เป็นทั้งพิพิธภัณฑ์ และร้านขายของเล่นขนาดเล็ก ลักษณะตัวอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์เป็นอาคารที่เป็นสถาปัตยกรรมเก่าแก่ในกรุงลอนดอน ของเล่นที่จัดแสดงส่วนใหญ่เป็นของเล่นในยุควิกตอเรีย โดยมีชื่อเรียกของเล่นเหล่านี้ว่า ทอยเธียเตอร์ (Toy Theatre) หรือ เปเปอร์เธียเตอร์ (Paper Theatre) ของเล่นเหล่านี้เป็นการลงสีลงบนภาพตัวละครและฉากต่างๆในโรงละคร และโรงโอเปร่าลงบนกระดาษแข็ง เพื่อจำลองการแสดงละครเรื่องที่ยอดนิยมในสมัยนั้น ซึ่งถือว่าเป็นของเล่นที่เก่าแก่ แต่มีความสวยงามและประณีต นอกจากนี้ยังมีของเล่นโบราณอื่นๆ ที่อยู่ในยุคสมัยนั้น ได้แก่ ตุ๊กตาแบบต่างๆ บ้านตุ๊กตา ทหารของเล่น ของเล่นดีบุก หุ่นเซิตละคร และของเล่นพื้นบ้านจากทั่วโลก จัดแสดงในห้องเล็กๆ ทั้ง 6 ห้อง และตลอดบันไดวนอย่างสวยงาม (Pollock's Toy Museum, 2015)

ทอยเธียเตอร์กำเนิดครั้งแรกในปีค.ศ.1811 โดย Benjamin Pollock ซึ่งอาศัยอยู่ในเมือง Hoxton เขาได้ประดิษฐ์และลงสีทอยเธียเตอร์ที่ประณีตและสวยงามด้วยตัวเอง ซึ่งแม้ว่าปัจจุบันเขาจะเสียชีวิตไปแล้ว แต่ตลอด 60 ปีที่ผ่านมา เขาได้เก็บสะสมทอยเธียเตอร์ไว้จำนวนมาก จนกระทั่งในปีค.ศ.1950 Maguerite Fawdry ได้นำบรรดาทอยเธียเตอร์ทั้งหมดนี้รวมกับโรงละครประดิษฐ์ยุควิกตอเรีย ก่อตั้งเป็นพิพิธภัณฑ์ Pollock's Toy Museum จากนั้นจึงเปิดให้ผู้สนใจเข้าชมได้ในปีค.ศ.1969 จนถึงปัจจุบัน (Pollock's Toy Museum, 2015)

2. MINT Museum of Toys

พิพิธภัณฑ์ MINT Museum of Toys เป็นพิพิธภัณฑ์แห่งแรกที่สร้างขึ้นเพื่อการจัดแสดงของเล่นอย่างเต็มรูปแบบ พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ตั้งอยู่ที่ Seah Street ประเทศสิงคโปร์ เปิดทำการตั้งแต่ปีค.ศ. 2006 โดย Mr.Chang Yang Fa ผู้รวบรวมของเล่นโบราณหลากหลายรูปแบบ มีของเล่นจัดแสดงจำนวนมากถึง 50,000 ชิ้น ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมของเล่นได้มากที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ของเล่นแต่ละชิ้นถูกรวบรวมมาจาก 40 ประเทศทั่วโลกมีทั้งของเล่นจากตัวละครที่ผู้คนนิยม เช่น แอสโตรบอย (Astro boy) อุลตราแมน (Ultraman) ป๊อปปาย (Popeye) เป็นต้น

และยังมีของเล่นสังกะสี และของเล่นญี่ปุ่นสมัยก่อนสงครามโลก ของเล่นเหล่านี้ถูกจัดแสดงในอาคารที่เป็นศิลปกรรมแบบร่วมสมัย จำนวน 5 ชั้น ที่ออกแบบมาอย่างเฉพาะเจาะจง เพื่อเก็บรักษาและจัดแสดงของเล่นโดยเฉพาะ อาทิเช่น กระจกป้องกันแสงอัลตราไวโอเล็ต ระบบไฟส่องสว่างที่ออกแบบไม่ให้เกิดเงาสะท้อน เป็นต้น (MINT Museum of Toys, 2015)

พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ยังมีการจัดกิจกรรมต่างๆมากมายให้สอดคล้องกับเทศกาล เพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าชมซ้ำ ของเล่นจะจัดแสดงเป็นคอลเลกชัน (Collection) ในแบบต่างๆ แต่ละชั้นไม่เหมือนกัน เช่นชั้นที่ 1 จะเป็นของเล่นเกี่ยวกับจักรวาลและอวกาศ ชั้นที่ 2 เป็นของเล่นจากตัวละครที่ผู้คนนิยม ชั้นที่ 3 เป็นตุ๊กตาหมีหลากหลายแบบ เป็นต้น โดยของเล่นจะมีการผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันจัดแสดงตามระยะเวลาที่กำหนดนอกจากจะจัดแสดงของเล่นแล้ว ที่ชั้นใต้ดินของพิพิธภัณฑ์จะมีบริการร้านอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว ส่วนหน้าพิพิธภัณฑ์ยังมีร้านขายของเล่นที่ระลึกที่ทางพิพิธภัณฑ์ออกแบบและสร้างขึ้นมาขายเฉพาะที่นี้เท่านั้น (MINT Museum of Toys, 2015)

3.2 ความรู้เกี่ยวกับพิพิธภัณฑ์ของเล่นในประเทศไทย

ของเล่นไทยมีประวัติมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่ของเล่นพื้นบ้านที่ประดิษฐ์จากวัสดุธรรมชาติ จนวิวัฒนาการเป็นของเล่นที่ทำด้วยโลหะทั้งของเล่นสังกะสี ไปจนถึงเครื่องทองของเล่น ที่จำลองภาคเครื่องเสวย ฝาครอบ ซ้อนส้อม ขันน้ำ ที่ตั้งอาหารคาวหวาน และเครื่องเคียงนานาชนิด ทำเป็นของจิ๋วอย่างประณีต นอกจากนั้นยังมีการซื้อของเล่นจากห้างต่างประเทศ ทั้งอังกฤษ ฝรั่งเศส จีน และสิงคโปร์ ซึ่งจะเป็นของเล่นจำพวก ตุ๊กตาขนสัตว์ ของเล่นไชลาน รถราง ลูกบอลต่างๆ เป็นต้น (พาชีน ติวานนท์, 2548)

พิพิธภัณฑ์ของเล่นในประเทศไทยโดยแรกเริ่มเดิมที จะยังไม่มีพิพิธภัณฑ์ที่จัดแสดงของเล่นอย่างเฉพาะเจาะจง หากแต่เป็นเพียงการจัดแสดงของเล่นอยู่ในมุมๆหนึ่งของพิพิธภัณฑ์ เช่น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่มีส่วนจัดแสดงของเล่นจิ๋ว พิพิธภัณฑ์วังวรดิศ ที่มีจัดแสดงตุ๊กตาชาววังในส่วนอาคารของเล่น ซึ่งเป็นของเล่นสมัยรัชกาลที่ 5 และบ้านพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมข้าวของเครื่องใช้ของคนไทยในสมัยโบราณ รวมถึงของเล่นในยุคสมัยนั้นๆ เป็นต้น แต่ถ้ากล่าวถึงพิพิธภัณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์ในการจัดแสดงของเล่นโดยเฉพาะนั้น ในประเทศไทยยังมีอยู่ไม่มากนัก ซึ่งทางผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลมาเป็นตัวอย่างพอสังเขปดังนี้ (พาชีน ติวานนท์, 2548)

1. พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น เกริก ยุ้นพันธ์

พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น เกริก ยุ้นพันธ์ (Million Toy Museum) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ก่อตั้งในปีพ.ศ.2551 โดย รศ.เกริก ยุ้นพันธ์ ผู้เป็นอาจารย์และผู้วาดภาพประกอบหนังสือสำหรับเด็กมากมาย พิพิธภัณฑ์แห่งนี้มุ่งเน้นในการจัดแสดงของเล่นยุคโบราณของไทยเป็นหลัก แต่ก็มีส่วนอื่นสำหรับจัดแสดงของเล่นจากตัวละครยุคใหม่ที่เป็นที่นิยม ของเล่นมีอยู่จำนวนมากมานับไม่ถ้วน ที่ผ่านการสะสมมานานกว่า 20 ปี จัดแสดงในอาคารที่ออกแบบคล้ายบ้านแบบไทยสมัยโบราณ 2 ชั้น แต่ละชั้นจะจัดแสดงของเล่นในรูปแบบที่ต่างกัน โดยชั้นที่ 1 จะจัดแสดงของเล่นของไทยในสมัยโบราณ เช่น ตุ๊กตาดินเผา กระปุกอมลิน ของเล่นสังกะสี เป็นต้น ส่วนในชั้นที่ 2

จะเป็นการจัดแสดงของเล่นจากตัวละครยอดนิยม เช่น อุตุร่าแมน แอสโตรบอย ไอ้มดแดง เป็นต้น (พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น เกริก ยूनพันธ์, 2558)

นอกจากจะมีอาคารส่วนจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์แล้ว ส่วนหน้าของพิพิธภัณฑ์ บริเวณทางเข้ายังมีร้านขายอาหารและเครื่องดื่มคอยให้บริการผู้เยี่ยมชม และมีร้านขายของเล่นที่ระลึกที่มีสินค้าเด่นคือ ของเล่นสังกะสีที่ทำเลียนแบบของเล่นสังกะสีในสมัยโบราณทุกประการ พื้นที่พิพิธภัณฑ์ภายนอกทั้งหมดยังร่มรื่นด้วยต้นไม้ที่คอยให้ร่มเงา ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจได้เป็นอย่างดี (พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น เกริก ยूनพันธ์, 2558)

2. ศูนย์ มิวเซียม (Tooney Museum)

พิพิธภัณฑ์ของเล่นศูนย์ มิวเซียม ตั้งอยู่ที่อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ก่อตั้งในปีพ.ศ.2555 โดยคุณสมพร โพธิ์อยู่ และคุณภาวินทร์ ดีเดช ผู้ชอบของเล่นเป็นชีวิตจิตใจ ได้ทำการรวบรวมของเล่นจากหนังสือการ์ตูน และภาพยนตร์มากมายหลายเรื่อง อาทิเช่น ทอย สตอรี (Toy Story) กันดั้ม (Gundam) มิกกี้เมาส์ (Mickey Mouse) โดราเอมอน (Doraemon) เป็นต้น โดยจัดแสดงเป็นคอลเล็กชั่นทั้งเก่าและใหม่ แบ่งจัดแสดงในโซนต่างๆภายในพิพิธภัณฑ์ อาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ออกแบบให้มีความร่วมสมัย และจัดตกแต่งผนังและเพดานทุกมุมได้อย่างสวยงาม (พิพิธภัณฑ์ศูนย์ มิวเซียม, 2558)

ของเล่นที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ ส่วนมากจะเป็นของเล่นที่ผลิตขึ้นมาใหม่ ถ้าเก่าก็จะเก่าไม่กี่ปีเท่านั้น ซึ่งทางพิพิธภัณฑ์จะมีการผลิตเปลี่ยนหมุนเวียนของเล่นขึ้นจัดแสดงตามระยะเวลา ที่ส่วนหน้าของพื้นที่พิพิธภัณฑ์มีตกแต่งด้วยชิงช้าสวรรค์และแสงไฟหลากสีสั่น ช่วยดึงดูดผู้สัญจรผ่านบริเวณนี้ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ทางพิพิธภัณฑ์ยังมีร้านขายอาหารและเครื่องดื่มไว้คอยบริการ รวมไปถึงร้านขายของเล่น ของที่ระลึกที่บริเวณหน้าทางเข้าของพิพิธภัณฑ์เพื่อจำหน่ายของเล่นให้แก่ผู้สนใจ (พิพิธภัณฑ์ศูนย์ มิวเซียม, 2558)

จากประวัติ ความเป็นมา และรูปแบบการดำเนินกิจการของพิพิธภัณฑ์ของเล่นทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศที่ต่างมีรูปแบบการดำเนินกิจการที่หลากหลาย โดยผู้วิจัยจะนำความรู้เหล่านี้มาประยุกต์เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์แบทแมน มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ในการอภิปรายผลการวิจัยต่อไป

องค์ความรู้เกี่ยวกับแบทแมน

1. ประวัติและความเป็นมาของหนังสือการ์ตูนแบทแมน

แบทแมน (Batman) เป็นตัวละครซูเปอร์ฮีโร่ (Superheroes) ที่สร้างขึ้นโดย Bob Kane เกิดจากการที่ความสำเร็จของการ์ตูนซูเปอร์แมน (Superman) ในนิตยสาร Action Comics มีอย่างล้นหลาม ในปีค.ศ.1939 จึงมีความต้องการเพิ่มซูเปอร์ฮีโร่คนใหม่ขึ้นมา ตัวละครแบทแมนจึงถือกำเนิดขึ้นโดยได้รับแรงบันดาลใจจากภาพยนตร์ และนวนิยายต่างๆในยุค 1930 ได้แก่ The Mask of Zorro (1920) The Bat Whisper (1930) และนิยายชื่อดังในยุคนั้น เช่น Doc Savage, The

Shadow, และ Sherlock Holmes นำไปสู่การ์ตูนแบทแมนตอนแรกที่เปิดตัวในหนังสือการ์ตูน Detective Comics ฉบับที่ 27 (Biochel, 1991)

หลังจากการเปิดตัวของแบทแมนในหนังสือการ์ตูนหลายตอน ได้มีการออกแบบอุปกรณ์และยานพาหนะอันล้ำสมัยสำหรับใช้ปราบเหล่าร้าย โดยมีอาวุธลับที่เป็นอาวุธคู่กายของแบทแมนคือ แบททาแรง (Batarang) ในปีค.ศ.1939 มีการเผยแพร่เบื้องหลังของแบทแมนที่พ่อแม่ถูกโจรฆ่าตายในวัยเด็กนำไปสู่ความตั้งใจในการปราบอาชญากรรมในเมืองกอทแธม (Gotham) ต่อมาในปีค.ศ.1940 มีการเพิ่มตัวละครใหม่ที่สำคัญคือ โรบิน (Robin) คู่หูของแบทแมน ทำให้ยอดขายหนังสือการ์ตูนหลังจากนั้นเพิ่มขึ้นอย่างสูง และยังทำให้การมีเด็กเป็นคู่หูในหนังสือการ์ตูนอื่นเป็นที่นิยมอย่างมาก นอกจากนี้ในปีเดียวกัน โจ๊กเกอร์ (Joker) วายร้ายและศัตรูตลอดกาลของแบทแมนก็ได้ถูกเปิดตัวขึ้น (Daniel, 2003)

ต่อมาหนังสือการ์ตูนทั่วสหรัฐอเมริกาในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้ถูกกำหนดให้ปรับเปลี่ยนโทนเรื่องจากมืดมนและโหดร้ายเป็นการตูนที่สดใสมากขึ้น ซึ่งในช่วงนี้เองที่การ์ตูนแบทแมนไม่ประสบความสำเร็จมากนักจนกระทั่งการ์ตูนแบทแมนได้กลับมาเปลี่ยนภาพลักษณ์อีกครั้งในช่วงปีค.ศ.1980 โดยเปลี่ยนให้กลับไปอยู่ในโทนที่มืดมนเหมือนเดิม เน้นความสมจริงมากขึ้น และลบตัวละครบางตัวออกไปซึ่งการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ได้ทำให้แบทแมนกลับมาได้รับความนิยมอันดับต้นๆในวงการหนังสือการ์ตูนอีกครั้ง (Wright, 2001)

2. ประวัติและความเป็นมาของภาพยนตร์แบทแมน

ในช่วงปีค.ศ.1960 หนังสือการ์ตูนแบทแมนเริ่มกลายเป็นสิ่งที่คนเบื่อหน่าย เนื่องจากเนื้อเรื่องที่ถูกปรับให้เน้นการต่อสู้ในอวกาศ โทณเรื่องเป็นลักษณะสนุกสนานแบบการ์ตูนของเด็ก จนถึงขนาดที่ค่ายหนังสือจะตัดจบการ์ตูนเรื่องนี้ จนในปีค.ศ.1964 การเข้ามาคุมหนังสือการ์ตูนแบทแมนของ Julius Schwarz ที่เพิ่งปรับโฉมให้กับการ์ตูนเดอะแฟลช (The Flash) ยุคใหม่จนประสบความสำเร็จ และได้ Carmine Infantino เป็นผู้ปรับโฉมชุดเครื่องแบบของแบทแมนให้ใหม่ ด้วยโลโก้ค้างคาวบนวงกลมสีเหลือง ปรับให้หุ่นของแบทแมนผอมลง และเนื้อเรื่องที่ถูกปรับให้กลับมาสู่การปราบอาชญากรรมแบบเก่า ความสำเร็จของแบทแมนจึงกลับมาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งในปีค.ศ.1966 จึงได้มีซีรีส์ (Series) แบทแมนฉายทางโทรทัศน์ในชื่อ Batman นำแสดงโดย Adam West และในปีเดียวกันนี้ยังมีภาพยนตร์แบทแมนเข้าฉายเป็นครั้งแรก (Wright, 2001)

ต่อมาในปีค.ศ.1989 แบทแมนได้กลับมาเป็นภาพยนตร์อีกครั้ง เมื่อ Michel Uslan กับ Benjamin Melniker ชื่อลิลิทิ์แบทแมนมาทำเป็นภาพยนตร์ โดยทั้งคู่ต้องการลบภาพแบทแมนฉบับ Adam West ออกให้หมดและนำเสนอตัวตนแบทแมนแบบมืดมนคล้ายในรูปแบบหนังสือการ์ตูน ผลลัพธ์จึงออกมาเป็นภาพยนตร์แบทแมน (Batman) โดย Tim Burton ได้นักแสดงนำคือ Michael Keaton ในบทแบทแมน และ Jack Nicholson ในบทโจ๊กเกอร์ โดยทำรายได้มหาศาลในขณะนั้น โดยภาพยนตร์นี้ยังถือเป็นการเฉลิมฉลองการครบรอบ 50 ปีของแบทแมน (Mark, 2005)

หลังจากที่ภาพยนตร์แบทแมน (Batman) โดย Tim Burton ประสบผลสำเร็จอย่างสูง จึงได้มีภาคต่อของภาพยนตร์แบทแมนตามมาอีกมากมาย ได้แก่ Batman Returns (1992), Batman Forever (1995) และ Batman & Robin (1997) แต่ในภาคล่าสุดนี้รายได้กลับลดลงมากเมื่อเทียบ

กับภาคก่อน เนื่องจากกระแสปากต่อปากของผู้ชมที่มองว่าภาคล่าสุดนี้เป็นภาพยนตร์แบทแมนที่แย่ที่สุด ส่งผลให้โครงการที่จะสร้างภาพยนตร์ภาคต่อไปถูกยกเลิก ทำให้ภาพยนตร์แบทแมนได้หายไปนับตั้งแต่นั้น (Mark, 2005)

ความพยายามคืนชีพให้แบทแมนสู่จอภาพยนตร์เกิดขึ้นหลายครั้ง จนในปีค.ศ. 2005 จึงได้ภาพยนตร์แบทแมน บีกินส์ (Batman Begins) ซึ่งกำกับโดย Christopher Nolan แสดงนำโดย Christian Bale ซึ่งเป็นภาพยนตร์ที่เน้นความสมจริงมากกว่าแนวหนังสือการ์ตูน โดยภาพยนตร์ประสบความสำเร็จมากพอจนออกภาคต่อตามมาในปีค.ศ.2008 นั่นคือ แบทแมน อัศวินรัตติกาล (Batman : The Dark Knight) ที่นำเอาสถานะสังคมและการเมืองเข้ามาแทรกในภาพยนตร์ ซึ่งในภาคนี้ถือเป็นการกลับมาของแบทแมนที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดทั้งรายได้และคำวิจารณ์ และสุดท้ายในปีค.ศ.2012 จึงได้ออกภาคจบปิดไตรภาคในชื่อ แบทแมน อัศวินรัตติกาลผงาด (Batman : The Dark Knight Rises) (William, 2015)

จากประวัติและความเป็นมาของหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์แบทแมน ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่สำคัญของพิกเจอร์แบทแมน มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ผู้วิจัยเห็นว่าข้อมูลและความรู้ดังกล่าวเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องรับรู้ก่อนทำการสัมภาษณ์ เพื่อให้การสัมภาษณ์มีการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์อย่างเป็นธรรมชาติ นำไปสู่การได้รับข้อมูลการวิจัยที่ต้องการอย่างรวดเร็วและถูกต้อง

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis

SWOT Analysis คือเครื่องมือและวิธีการในการวางแผนและกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งคำว่า SWOT เป็นคำย่อจากมาจากคำว่า Strength, Weakness, Opportunity และ Threat โดยแต่ละคำต่างมีความหมายดังนี้ (นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร, 2545)

S ย่อมาจาก Strength หมายถึง จุดแข็ง เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดแข็งหรือจุดเด่นที่มีอยู่ขององค์กร เช่น จุดแข็งด้านการเงิน จุดแข็งด้านทรัพยากรบุคคล จุดแข็งด้านการผลิต เป็นต้น และนำจุดแข็งนั้นมาส่งเสริมและพัฒนาเพื่อนำมาเป็นแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

W ย่อมาจาก Weakness หมายถึง จุดอ่อน เป็นการวิเคราะห์ถึงจุดอ่อนหรือจุดด้อยที่มีอยู่ขององค์กร ซึ่งทำให้เป็นปัญหาและข้อบกพร่องในการปฏิบัติงานที่ทำให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยองค์กรจะต้องหาวิธีการกำจัดจุดอ่อนเหล่านี้ให้หมดไป

O ย่อมาจาก Opportunity หมายถึง โอกาส เป็นการวิเคราะห์เพื่อแสวงหาโอกาสจากปัจจัยภายนอกที่เกิดจากสภาพแวดล้อมภายนอกช่วยส่งเสริมและเอื้ออำนวยการดำเนินงานขององค์กร โดยองค์กรต้องใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้นเพื่อนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์

T ย่อมาจาก Threat หมายถึง อุปสรรค เป็นการวิเคราะห์เพื่อค้นหาสิ่งที่เป็นอุปสรรคจากปัจจัยภายนอกที่ทำให้การปฏิบัติงานไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยองค์กรต้องหาวิธีในการกำจัดอุปสรรคเหล่านี้ให้หมดไป

SWOT Analysis เป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับองค์กรที่ช่วยในการวิเคราะห์โอกาสทางกลยุทธ์เพื่อให้การดำเนินกิจการขององค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ ซึ่งการที่องค์กรจะสามารถกำหนดกลยุทธ์ได้นั้นจำเป็นต้องรู้ถึงสถานภาพขององค์กรในขณะนั้น เพื่อให้การกำหนดรูปแบบกลยุทธ์มีความเหมาะสมในการจำแนกโอกาสและอุปสรรคบางครั้งเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เพราะทั้งโอกาสและอุปสรรคต่างมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ในสถานการณ์แวดล้อมที่เคยเป็นโอกาสสามารถเปลี่ยนแปลงเป็นอุปสรรคได้ และในสถานการณ์แวดล้อมที่เคยเป็นอุปสรรคก็สามารถเปลี่ยนแปลงเป็นโอกาสได้เช่นกัน องค์กรจึงมีความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การดำเนินงานให้ทันและสอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้น (นรพรธม วัจนสุนทร, 2554)

การวิเคราะห์ตลาดด้วยหลักการ SWOT Analysis สำหรับการดำเนินกิจการพืชรักนั้น สามารถจัดเป็นลำดับขั้นตอนของการจัดทำแผนการตลาดที่เหมาะสมและการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ได้ดังนี้ (อมรา อินทจักร, 2550)

1. การจัดทำข้อมูลพื้นฐานเพื่อศึกษาสภาพโดยทั่วไปในปัจจุบัน เช่น สถานภาพทางการตลาด สภาพของคู่แข่ง เป็นต้น เพื่อนำมาวิเคราะห์และเป็นแนวทางในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า
2. การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (Market Segmentation) คือการกำหนดกลุ่มลูกค้าหรือผู้เข้าชมเป้าหมายที่จะเข้ามาใช้บริการสูงสุด เช่น การกำหนดช่วงอายุ อาชีพ และรายได้ เป็นต้น
3. การกำหนดวัตถุประสงค์การตลาด (Objective) เป็นการกำหนดเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างชัดเจน เช่น ความต้องการให้จำนวนผู้เข้าชมเพิ่มขึ้น ความต้องการให้ผู้ที่เคยเข้าชมแล้วกลับมาเข้าชมซ้ำ เป็นต้น
4. การกำหนดกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) ซึ่งประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย
5. การกำหนดงบประมาณ (Budget) ซึ่งต้องพิจารณาและกำหนดให้เหมาะสมกับแต่ละกิจกรรม
6. การกำหนดเป้าหมาย ซึ่งควรกำหนดเป้าหมายที่จะได้รับให้ชัดเจน
7. การติดตามและวัดผลการดำเนินงาน เพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไขแผนการตลาดที่เหมาะสมต่อไป

สรุปได้ว่า SWOT Analysis เป็นเครื่องมือและวิธีการที่สำคัญในการวางแผนและกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ขององค์กร โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการตลาดทั้งภายในและภายนอก เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการของพืชรัก ซึ่งผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการสร้างแนวคำถามสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปสู่การสรุปและอภิปรายผลการวิจัยต่อไป

2. แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์การตลาด ได้มีผู้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

Kotler (2002) ให้ความหมายของกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategies) ว่าหมายถึง หลักเกณฑ์ที่งานบริหารการตลาดนำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย การตัดสินใจในค่าใช้จ่ายทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด และต้องมีการจัดการทางการตลาด หรือหมายถึง การค้นหาโอกาสทางการตลาดที่น่าสนใจ และการพัฒนากลยุทธ์และแผนการตลาดที่สามารถสร้างกำไร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาด หมายถึง เทคนิคและวิธีการทางการตลาดที่ผู้ประกอบการนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารธุรกิจให้บรรลุตามวัตถุประสงค์สูงสุด คือตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2550) กล่าวว่า กลยุทธ์การตลาด หมายถึง กระบวนการทางการบริหารที่มุ่งพัฒนา รักษาความสมดุลระหว่างเป้าหมายของผู้ประกอบการ ความเชี่ยวชาญ ทรัพยากร และโอกาสทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อการปรับธุรกิจและผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการให้สมดุลอยู่เรื่อยๆ เพื่อให้ได้กำไรและมีความเจริญเติบโตตามเป้าหมายดังกล่าว

กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจโดย Kotler (2002) ประกอบไปด้วยรายละเอียดดังนี้

1. การตลาดภายใน (Internal Marketing) การตลาดภายในของบริษัทจะรวมถึงจัดให้มีการฝึกอบรมและการจูงใจแก่พนักงาน ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยให้เกิดการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

2. การตลาดที่สัมพันธ์กันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (Interactive Marketing) หมายถึง การสร้างคุณภาพการบริการให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะเกิดขึ้นในขณะที่ผู้ขายให้บริการลูกค้า ซึ่งคุณภาพจะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งการพิจารณาคุณภาพของการให้บริการของผู้ขายจะพิจารณาในด้านต่างๆ เช่น การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความไว้วางใจ การสร้างความเชื่อมั่นและภักดี การสร้างหลักประกันเชื่อถือ ความมั่นคง ความเข้าใจและรู้จักลูกค้า เป็นต้น

3. การตลาดภายนอก (External Marketing) การตลาดภายนอกขององค์กร หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่องค์กรได้จัดเตรียมผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดของบริการที่องค์กรมีอยู่ไปยังลูกค้า หรือที่เรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด

จากแนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดที่ได้กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า กลยุทธ์การตลาด หมายถึง เทคนิคและวิธีการทางการตลาดในการบริหารองค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน การตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ขององค์กร

3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด คือกลยุทธ์การบริการตลาดที่สำคัญในการดำเนินกิจการขององค์กร ซึ่งองค์กรต้องนำมาใช้ร่วมกันในการดำเนินกิจการ เป็นแนวคิดหลักที่ใช้ในการพิจารณาองค์ประกอบที่สำคัญในการตอบสนองต่อตลาดได้อย่างเหมาะสม และบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในตลาดเป้าหมาย (สุภาวดี คุณยศยิ่ง, 2550)

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง แนวคิดที่อธิบายถึงตัวแปรผันทางการตลาด ที่ผู้ขายสินค้าหรือผู้ให้บริการสามารถควบคุมให้ปริมาณการขายหรือการให้บริการเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ โดยจะประกอบไปด้วยตัวแปรผันหลัก 4 ประการ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541)

ส่วนประสมทางการตลาด คือชุดของเครื่องมือการตลาดที่องค์กรใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในกลุ่มเป้าหมาย สำหรับธุรกิจบริการ นอกจากองค์ประกอบหลักทั้ง 4 (4Ps) แล้ว ยังมีการเพิ่มอีก 3 องค์ประกอบเป็น 7Ps เนื่องจากธุรกิจบริการนั้นจะมีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคทั่วไป (Kotler, 2002) ซึ่งกลยุทธ์นี้จะประกอบไปด้วย 7Ps ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าและบริการที่นำเสนอแก่ตลาด เป็นสิ่งที่ผู้ขายมอบให้แก่ลูกค้าเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งได้เป็น ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ นอกจากนี้ในส่วนขององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Compound) ได้แก่ รูปร่างและลักษณะ คุณภาพ ประโยชน์พื้นฐาน การบรรจุหีบห่อ และตราสินค้า โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (Tangible Component) คือ ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสและจับต้องได้ ทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงสิ่งที่ผู้ขายต้องการสื่อ ซึ่งเป็นส่วนที่เสริมให้ผลิตภัณฑ์ทำหน้าที่ได้สมบูรณ์
2. ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) คือ การบริการที่ผู้ซื้อจะได้รับควบคู่ไปกับการซื้อสินค้า เช่น บริการก่อนและหลังการขาย เป็นต้น
3. ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง (Expected Product) คือ คุณสมบัติและเงื่อนไขต่างๆที่ผู้ซื้อคาดหวังว่าจะได้รับและสามารถใช้เป็นข้อตกลงเมื่อมีการซื้อสินค้า

นอกจากนี้องค์กรยังจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่งซึ่งด้านความแตกต่างสามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) คือ การออกแบบและพัฒนาารูปร่างลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง
2. ความแตกต่างด้านการบริการ (Service Differentiation) คือ การสร้างความแตกต่างด้านการบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าและบริการ ได้แก่ การติดตั้ง การขนส่ง การให้คำแนะนำลูกค้า การซ่อมแซม และการฝึกอบรมการใช้งานให้แก่ลูกค้า

3. ความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ (Image Differentiation) คือ การสร้างความแตกต่างในภาพลักษณ์จากการรับรู้ของลูกค้าที่มีต่อสินค้า บริการ และองค์กร

4. ความแตกต่างด้านบุคลาการ (Personal Differentiation) คือ การคัดเลือกและฝึกอบรมบุคลากรเพื่อให้มีคุณสมบัติที่ต่างจากคู่แข่ง

2. ราคา (Price)

ราคา หมายถึง สิ่งที่กำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเงินตรา เพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการ ซึ่งการกำหนดราคาต้องเป็นไปอย่างเหมาะสมและชัดเจน เพราะราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า หากคุณค่าของสินค้าเหมาะสมหรือสูงกว่าราคาสินค้า ลูกค้าย่อมจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้น ซึ่งปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ได้แก่

1. ลักษณะของผลิตภัณฑ์
2. วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์
3. ความสอดคล้องกับเป้าหมายของกลุ่มธุรกิจ
4. ต้นทุนบวกกับกำไรที่ต้องการ
5. ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด
6. กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
7. ความยืดหยุ่นอุปสงค์เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาผลผลิต
8. ผู้ผลิตและปัจจัยการผลิต
9. ภาวะเศรษฐกิจ
10. ภาวะการแข่งขัน
11. ข้อกำหนดของภาครัฐ
12. จรรยาบรรณของผู้ขาย

นอกจากนี้ในการกำหนดราคาที่เหมาะสม สามารถแบ่งกลยุทธ์ด้านราคาต่างๆได้ ดังนี้

1. กลยุทธ์การให้ส่วนลด (Discount) คือการให้ส่วนลดจากราคาที่กำหนดไว้ในรายการ เพื่อจูงใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าและบริการ

2. กลยุทธ์การตั้งราคาเพื่อส่งเสริมการตลาด (Promotion Pricing) โดยการตั้งราคาให้จูงใจผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าจากผู้ขายปลีกรมากขึ้น เช่น การตั้งราคาพิเศษในช่วงเทศกาล การขายแบบคิดดอกเบี๋ยต่ำหรือละเว้นดอกเบี๋ย เป็นต้น

3. กลยุทธ์การลดราคา (Mark Down) คือการลดราคาลงจากราคาเดิมที่กำหนดไว้ในรายการ โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงตามภาวะตลาดหรือภาวะการแข่งขัน

4. กลยุทธ์ราคาเดียวกัน (One Price) คือการที่ผู้ผลิตกำหนดราคาสินค้าสำหรับผู้ซื้อทุกรายการในราคาเดียวกัน ภายใต้สถานการณ์เดียวกัน

5. กลยุทธ์ระดับราคา (The Level of Prices) คือการที่ผู้ผลิตกำหนดราคาของสินค้าจำแนกตามตำแหน่งของสินค้าธุรกิจ โดยอาจตั้งราคาที่สูงกว่า เท่ากัน หรือต่ำกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับราคาของคู่แข่ง

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง การนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายโดยใช้เครื่องมือ 2 ส่วนคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายและการกระจายสินค้า ซึ่งก็คือส่วนประสมในการจัดจำหน่าย โดยช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านคนกลางต่างๆ ไปยังผู้บริโภค ในขณะที่การกระจายตัวสินค้า คือการเคลื่อนย้ายตัวสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้จำหน่ายหรือผู้บริโภค โดยการวางแผนขนส่งสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้สินค้าในเวลาและค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังต้องมีคลังสินค้าสำหรับการเก็บสินค้าคงคลังอย่างเป็นระบบแบบแผน

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)

การส่งเสริมการขาย หมายถึง การติดต่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้ผลิต ผู้ขายและลูกค้าเป้าหมาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือจูงใจให้เกิดทัศนคติที่ดีและพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งจำเป็นต้องมีส่วนประสมการส่งเสริมการขาย (Promotion Mix) เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการติดต่อสื่อสารให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ โดยประกอบด้วยรายละเอียดต่อไปนี้

1. โฆษณา (Advertising) เป็นการติดต่อสื่อสารแบบไม่ใช้บุคคล โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ป้ายโฆษณา เป็นต้น
2. การใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่มีอำนาจการซื้อ
3. กิจกรรมส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมการตลาดที่นอกเหนือจากการขายโดยใช้บุคคล การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ เช่น การลดราคา การจัดนิทรรศการ เพื่อช่วยกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภคและเพิ่มประสิทธิภาพของผู้ขาย
4. การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) คือ การให้ข่าวและเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าโดยไม่ใช้บุคคล ส่วนการประชาสัมพันธ์เป็นความพยายามที่ได้จัดเตรียมไว้ของกลุ่มธุรกิจ เพื่อชักจูงกลุ่มสาธารณชนให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อองค์กรทั้งการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์

5. บุคลากร (People) หรือพนักงาน ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างกันไปเหนือคู่แข่ง พนักงานจะต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดี สามารถตอบสนองต่อลูกค้า มีความคิดริเริ่ม และมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาและสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนและวิธีการเพื่อส่งมอบคุณภาพในการให้บริการในด้านต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

7. ภาพลักษณ์ขององค์กร (Physical Evidence) หมายถึง การใช้รูปแบบหรือกิจกรรมต่างๆ ในการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพที่ดีขององค์กร

จากแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆจำเป็นต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบทั้ง 7 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การ

ส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการให้บริการ และภาพลักษณ์ขององค์กร ซึ่งการนำส่วน
ประสมทางการตลาดมาใช้กับการดำเนินกิจการพิพิธภัณฑน์ ช่วยให้รูปแบบการดำเนินกิจการมี
ประสิทธิภาพ และตรงกับความต้องการของผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑน์มากขึ้น โดยผู้วิจัยจะนำแนวคิด
ดังกล่าวมาใช้ในการสร้างแนวคำถามสัมภาษณ์ และวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปสู่การสรุปและอภิปราย
ผลการวิจัยต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทศพล ว่องไวกลยุทธ์ (2556) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของพิพิธภัณฑน์
สถานแห่งชาติอุทู่ทอง อำเภออุทู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีจุดมุ่งหมายของการวิจัย คือเพื่อศึกษาถึง
สภาพปัญหาด้านการตลาดของพิพิธภัณฑน์สถานแห่งชาติอุทู่ทอง และวางแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์
ด้านการตลาดของพิพิธภัณฑน์สถานแห่งชาติอุทู่ทอง เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กับผู้อำนวยการ
พิพิธภัณฑน์สถานแห่งชาติอุทู่ทองจำนวน 1 คน เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑน์จำนวน 5 คน
และผู้เข้าชมพิพิธภัณฑน์จำนวน 20 คน

ผลการวิจัยพบว่า สภาพปัญหาด้านการตลาดของพิพิธภัณฑน์สถานแห่งชาติอุทู่ทอง ด้าน
ผลิตภัณฑ์และบริการ พบว่า นิทรรศการกลางแจ้งบางส่วนอยู่ในสภาพเก่า ด้านราคา พบว่า การตั้ง
ราคาค่าเข้าชมเป็นไปตามระเบียบของกรมศิลปากร จึงต้องยกเว้นค่าเข้าชมแก่นักเรียน นักศึกษา
ผู้สูงอายุ และนักบวช ทำให้มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการพัฒนาพิพิธภัณฑน์ ด้านทำเลที่ตั้ง พบว่า อาคาร
ของพิพิธภัณฑน์ไม่โดดเด่น ด้านการตลาด พบว่า พิพิธภัณฑน์ขาดงบประมาณในการจัดทำเอกสาร
เผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยว ด้านบุคลากร พบว่า เจ้าหน้าที่ขาดความสามารถในด้าน
ภาษาต่างประเทศ ด้านกระบวนการ พบว่า การจัดวิทยากรนำชมพิพิธภัณฑน์ มีไม่เพียงพอเมื่อมี
นักท่องเที่ยวจำนวนมาก ด้านการส่งเสริมและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ อาคารพิพิธภัณฑน์ขาดความ
โดดเด่น ผู้คนส่วนใหญ่คิดว่าเป็นสถานที่ทำงานของข้าราชการ แนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ด้าน
การตลาดของพิพิธภัณฑน์สถานแห่งชาติอุทู่ทอง ควรวางแผนพัฒนาหรือจัดตั้งโครงการการท่องเที่ยว
แบบยั่งยืนและครบวงจร โดยมีการร่วมมือกันทั้งภาครัฐและเอกชน อันสามารถนำไปใช้เป็นการพัฒนา
กลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อให้บริการสอดคล้องต่อความต้องการของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑน์

นรพรรณ วัจนสุนทร (2554) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาพิพิธภัณฑน์เพื่อการเรียนรู้ :
กรณีศึกษามิวเซียมสยาม โดยมีจุดมุ่งหมายของการวิจัย คือ ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาว
ไทยที่มีต่อจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของมิวเซียมสยาม ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว
ไทยที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด และองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของมิวเซียมสยาม โดยได้
เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวมิวเซียมสยาม ทั้งเพศชายและเพศ
หญิง จำนวน 392 คน ด้วยแบบสอบถามและการสังเกต

ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ
อุปสรรคของมิวเซียมสยาม ด้านจุดแข็ง มิวเซียมสยามมีของจัดแสดงที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทาง
ประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑน์มีความสวยงาม และมีการจัดรูปแบบกิจกรรมที่มีความหลากหลาย ด้าน

จุดอ่อน การประชาสัมพันธ์ของพิพิธภัณฑ์ไม่เพียงพอ และการขาดการประสานความร่วมมือกับธุรกิจการท่องเที่ยวอื่น ด้านโอกาส มิวเซียมสยามตั้งอยู่ใกล้กับวัดโพธิ์และพระบรมหาราชวัง ทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์ทางอ้อมของกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านอุปสรรค ได้แก่ ความมั่นคงทางการเมือง และความไม่แน่นอนทางด้านเศรษฐกิจ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของมิวเซียมสยาม อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งด้านที่มากที่สุด คือ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ส่วนด้านที่น้อยที่สุด คือ ด้านราคา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวของมิวเซียมสยาม 3 องค์ประกอบ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งด้านที่มากที่สุด คือ ด้านการเข้าถึง รองลงมาคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

อิสวัต อยู่วิวัฒน์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีจุดมุ่งหมายของการวิจัย คือ เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาถึงพฤติกรรมทางด้านประชากรศาสตร์ กับการให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร โดยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งเพศชายและเพศหญิงอายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เคยไปท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยส่วนมากจะเดินทางร่วมกับกลุ่มเพื่อนมากที่สุด จุดประสงค์หลักในการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ การพักผ่อน การรับรู้ข่าวสารการประชาสัมพันธ์จากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด เหตุผลที่ตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ และมีจุดมุ่งหมายที่จะเดินทางต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น การให้ระดับอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ การนำตัว/อบตัว ด้านราคามากที่สุด คือ การกำหนดราคาที่ชัดเจน ด้านช่องทางให้บริการมากที่สุด คือ สถานที่ให้บริการมีความปลอดภัย ด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด คือ การมีข้อความโฆษณาที่ไม่โอ้อวดเกินจริง ด้านบุคลากรมากที่สุด คือ พนักงานให้ความเอาใจใส่นักท่องเที่ยว ด้านกระบวนการบริการมากที่สุด คือ สถานที่บริการมีข้อกำหนดที่ชัดเจน และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมากที่สุด คือ สภาพแวดล้อมมีความสะอาด เป็นระเบียบ และสวยงาม

จากข้อมูลและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด ทำให้มองเห็นภาพรวมของความสำคัญในการใช้กลยุทธ์การตลาด ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการวิเคราะห์สถานภาพขององค์กรโดยการหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ทั้งหมดนี้คาดว่าจะนำไปใช้ในการวิเคราะห์ด้านกลยุทธ์การตลาดในการวิจัยเพื่อการดำเนินการศึกษา นำไปสู่กระบวนการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด แล้วสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยในลำดับต่อไป

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษา “รูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของฟิฟิธภัณฑ์แบบแคทมิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์” มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาถึงรูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของฟิฟิธภัณฑ์แบบแคทมิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคการดำเนินกิจการที่มีความสำคัญ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของฟิฟิธภัณฑ์ได้ในอนาคต ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงเลือกรูปแบบและวิธีการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology study) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เป็นวิธีหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้การศึกษาค้นคว้าบทความ วารสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์ แนวทางการวิเคราะห์ปัญหา และแนวทางแก้ไข โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล
7. ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลัก

การวิจัยครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลโดยมุ่งเน้นที่ประสบการณ์ ทักษะคติ ความพึงพอใจ ตลอดจนการให้ความหมายของเรื่องนั้นๆ จากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 14 คน ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ
 - 1.1 คุณสมชาย นิติมงคลชัย เจ้าของพิพิธภัณฑ
 - 1.2 คุณพรชัย ตระกูลทิวากร ผู้จัดการพิพิธภัณฑ
 - 1.3 คุณรัตนา บั้งทอง เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ
 - 1.4 คุณเรณู ขอนดอก เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ
2. ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ
 - 2.1 คุณธวัชชัย ทองคง
 - 2.2 คุณกรรณิการ์ โพธิ์สีดา
 - 2.3 คุณชีวิน ฮุ่นสิริ
 - 2.4 คุณศิรินทิพย์ ชัยแก้ว
 - 2.5 คุณเมธาวี คำเมือง
 - 2.6 คุณสุรชัย รัตนสุวรรณ
 - 2.7 คุณการันต์ ภัฏฐะพงศ์ศิริ
 - 2.8 คุณชญาดา ถึงแสง
 - 2.9 คุณอาภาพร ตั้งภักดีตระกูล
 - 2.10 คุณจิรพันธ์ ทองแป้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. รวบรวมข้อมูล และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง จากวารสาร บทความ งานวิจัย เอกสารทางวิชาการต่างๆ รวมถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ รวมทั้งใช้เพื่อกำหนดแนวคำถามสัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑแบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

2. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑจำนวน 4 คน ได้แก่ เจ้าของพิพิธภัณฑ 1 คน ผู้จัดการพิพิธภัณฑ 1 คน และเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ 2 คน ตามรายชื่อที่ได้กล่าวข้างต้น และการสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) กับผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑจำนวน 10 คน ตามรายชื่อที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยการชักชวนพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเห็นข้อมูลและประสบการณ์ระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์ในบรรยากาศแบบเป็นกันเอง โดยมีกรอบคำถามไว้ล่วงหน้า และขออนุญาตในการบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ทุกครั้งก่อนการสัมภาษณ์

3. การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยสังเกตความเต็มใจของผู้ให้สัมภาษณ์ขณะสัมภาษณ์ถึงรูปแบบการดำเนินกิจการ การบริหารจัดการ ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินกิจการพิพิธภัณฑ์ และสังเกตผู้ให้สัมภาษณ์ขณะปฏิบัติงานในด้านความรู้ความสามารถในการอธิบายข้อมูลแก่ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ และความกระตือรือร้นในการทำงานและการบริการแก่ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แนวคำถามในการสัมภาษณ์ สมุดบันทึก ปากกา เครื่องบันทึกเสียง เครื่องบันทึกภาพ และตัวผู้วิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวคำถามในการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์ที่ได้มาจากการทบทวนเอกสารความรู้และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis และ แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 7 องค์ประกอบ หรือ 7Ps เพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง แต่ได้กำหนดประเด็นต่าง ๆ และกรอบคำถามไว้ล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลตรงตามประเด็นที่ต้องการ โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ความน่าเชื่อถือของแนวคำถามในการสัมภาษณ์ ได้รับการตรวจสอบความครอบคลุมของแนวคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร อาจารย์ ดร.สุวิชาวรรวิเชียรพงษ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร และผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภนัท หอมสุด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

2. สมุดบันทึก และปากกา

ผู้วิจัยใช้สมุดบันทึกและปากกา เพื่อจดบันทึกรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัย เช่น ประวัติผู้ให้สัมภาษณ์ ประวัติของพิพิธภัณฑ์ รูปแบบและแนวทางการดำเนินกิจการของพิพิธภัณฑ์ ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการดำเนินกิจการพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังใช้จดบันทึกความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์ขณะสัมภาษณ์และขณะปฏิบัติงานโดยการสังเกตจากผู้วิจัย

3. เครื่องบันทึกเสียงและบันทึกภาพ

ผู้วิจัยใช้เครื่องบันทึกเสียงในการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ เพื่อช่วยให้เข้าใจอารมณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ และสามารถถอดคำพูดจากการสัมภาษณ์ได้อย่างแม่นยำ ป้องกันการคลาดเคลื่อนของข้อมูล และมีการบันทึกภาพต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัย เช่น ลักษณะของพิพิธภัณฑ์ ลักษณะและรูปแบบของจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น โดยผู้วิจัยจะขออนุญาตเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์และผู้ให้สัมภาษณ์ ในการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ และการบันทึกภาพต่างๆ ภายในพิพิธภัณฑ์ก่อนเสมอ

4. ผู้วิจัย

ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญในงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีหน้าที่สำคัญในการเก็บข้อมูลงานวิจัยจากการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยจะต้องมีความรู้ในเรื่องที่สัมภาษณ์ ซึ่งอาจมาจากการศึกษา

ข้อมูลความรู้ และแนวคิดต่างๆที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ยังต้องมีทักษะในการสนทนา เพราะการสัมภาษณ์ที่ดีนั้น ต้องดำเนินไปอย่างเป็นธรรมชาติเหมือนการสนทนาในชีวิตประจำวันทั่วไป เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์บอกข้อมูลที่ต้องการได้ครบถ้วน และได้ประเด็นข้อมูลที่หลากหลายต่อการทำวิจัย

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

ใช้วิธีตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยเทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) โดยแบ่งได้ (Denzin, 1970) ดังนี้

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือการพิสูจน์ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบของข้อมูลนั้น ต้องตรวจสอบแหล่งที่มา 3 แหล่งได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล

2. การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือการตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนจะได้ข้อมูลต่างกันอย่างไร แทนการใช้ผู้วิจัยคนเดียวทั้งหมด ซึ่งจะสร้างความแน่ใจได้ดีกว่าผู้วิจัยเพียงคนเดียว

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือการตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างไปจากเดิม ที่ความขัดแย้งแตกต่างกันเล็กน้อยเพียงใด ซึ่งอาจทำได้ง่ายกว่าถ้ายังอยู่ในระดับสมมติฐานชั่วคราว (Working Hypothesis) และแนวคิดขณะลงมือตีความ สร้างข้อสรุปเหตุการณ์แต่ละอย่าง การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี เป็นการตรวจสอบที่ทำได้ยากกว่าการตรวจสอบด้านอื่น ๆ

4. การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น ใช้การสังเกตควบคู่กับการสัมภาษณ์ พร้อมกันนั้นศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากแหล่งเอกสารหรือการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญหรือสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความแน่นอนว่า ข้อสรุปนั้นเที่ยงตรงตามความจริงหรือไม่ แล้วจึงแก้ไขเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา โดยนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. สรุปประเด็นสำคัญจากการถอดเทปการสนทนาแบบคำต่อคำ (Verbatim) และอ่านบทสัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักทุกรายอย่างละเอียด รวมถึงข้อมูลที่ได้จากการสังเกตพฤติกรรมผู้ให้ข้อมูลหลัก

2. เรียบเรียงข้อมูลที่ได้มาจัดกลุ่มคำตอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกันไว้ด้วยกัน เพื่อเป็นการลดทอนข้อมูลให้เหลือเป็นมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับจุดประสงค์งานวิจัย

3. วิเคราะห์และสรุปผลการวิจัยตามหลักแนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis และแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps

4. สรุปและอภิปรายผลในการนำเสนอรูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของ พิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การนำเสนอผลการศึกษาด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology study) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเปรียบเทียบกับข้อมูลทางวิชาการที่ผู้วิจัยได้ยกขึ้นมาเป็นแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ และบรรยายให้เห็นขั้นตอนการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดนำมาเขียนรายงานการวิจัยและนำเสนอผลงานวิจัยประกอบภาพถ่าย และภาคผนวกตามที่เหมาะสม

ระยะเวลาดำเนินการวิจัย

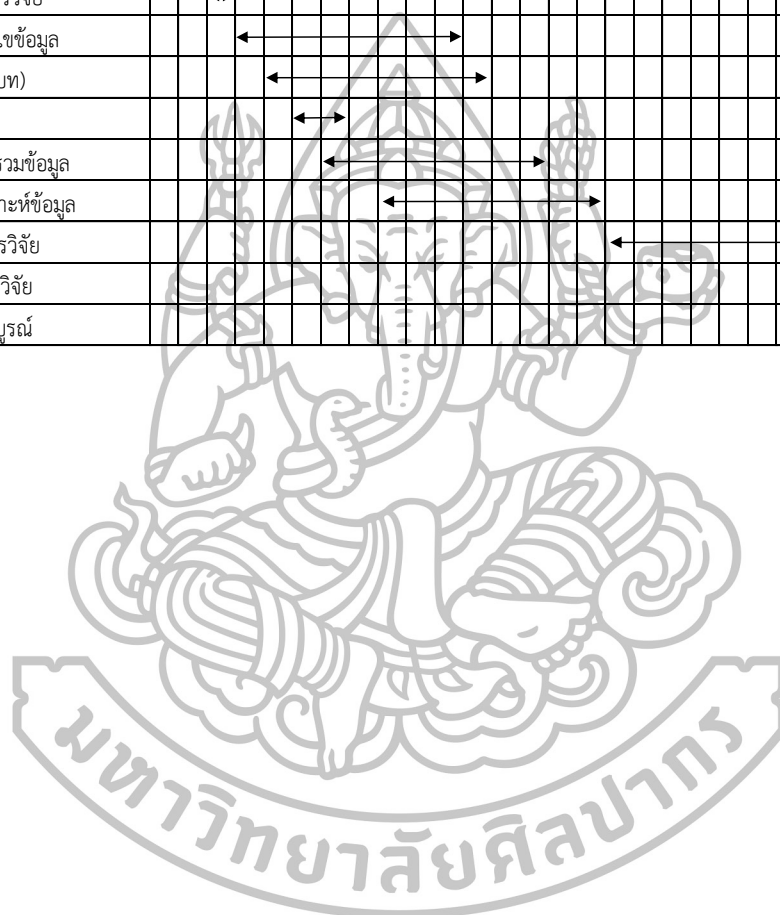
ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีการลงพื้นที่เพื่อทำการสำรวจรูปแบบ ลักษณะ และสภาพแวดล้อมของพิพิธภัณฑ์ รวบรวมข้อมูลจากการสังเกตและบันทึกภาพเพื่อนำมาวิเคราะห์ เพื่อเตรียมการในด้านการสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลักทุกคน ทั้งนี้จะใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลและทำการวิจัยนี้ประมาณ 7 เดือน คือตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2558 – พฤษภาคม พ.ศ.2559



แผนภูมิรายละเอียด ระยะเวลาทำการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดระยะเวลาการทำงานวิจัย

ช่วงเวลา	พฤศจิกายน				ธันวาคม				มกราคม				กุมภาพันธ์				มีนาคม				เมษายน				พฤษภาคม			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. การร่างเค้าโครงการวิจัย	←			→																								
2. ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา		←																										→
3. ขออนุมัติโครงการวิจัย			↔																									
4. ค้นหาข้อมูล แก้ไขข้อมูล				←								→																
5. จัดทำรูปเล่ม (3บท)				←								→																
6. สร้างแนวคำถาม				←			→																					
7. ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล							←					→																
8. ประมวลผลวิเคราะห์ข้อมูล											←				→													
9. เขียนรายงานการวิจัย																				←								→
10. รายงานผลการวิจัย																												↔
11. ผลงานวิจัยสมบูรณ์																												↔



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษา “รูปแบบในการดำเนินงานกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพีพีธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์” มีความมุ่งหมายที่จะศึกษาถึงรูปแบบในการดำเนินงาน รวมไปถึงถึงกลยุทธ์การตลาดของพีพีธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ตลอดจนศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานกิจการที่มีความสำคัญ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา กลยุทธ์ทางการตลาดของพีพีธภัณฑ์ได้ในอนาคต โดยในบทนี้จะแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 รูปแบบในการดำเนินงานกิจการของพีพีธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

1. ประวัติความเป็นมาของพีพีธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์
2. บริบททั่วไปของพีพีธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

ตอนที่ 2 กลยุทธ์การตลาดของพีพีธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. วิเคราะห์ตามแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)
2. วิเคราะห์ตามแนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินงานกิจการของ พีพีธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ และแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

ตอนที่ 1 รูปแบบในการดำเนินการของพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

1. ประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

พิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ก่อตั้งในปีพ.ศ.2555 โดยคุณสมชาย นิติมงคลชัย เป็นพิพิธภัณฑ์ของจัดแสดงส่วนตัว (Private Museum) ที่เริ่มจากการเก็บรวบรวมของเล่นและของสะสมเกี่ยวกับแบทแมนไว้เป็นคอลเล็กชันส่วนตัวด้วยความชื่นชอบ ซึ่งของสะสมแบทแมนชิ้นแรกคือกระปุกอมสินเซรามิกแบทแมนที่ซื้อมาจากตลาดนัดจตุจักร หลังจากนั้นคุณสมชายได้รวบรวมของเล่นและของสะสมเกี่ยวกับแบทแมนจากที่ต่างๆมากมาย จนเมื่อเวลาผ่านไปกว่า 10 ปี ของสะสมจึงมีจำนวนมากขึ้น และยังได้แรงบันดาลใจจากการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ของเล่นหลายแห่งในต่างประเทศ นำไปสู่การเกิดความคิดที่จะเปิดพิพิธภัณฑ์ของเล่นให้แก่ผู้สนใจ หลังจากนั้นได้ร่วมมือกับคุณพรชัย ตระกูลทิวารค์ ซึ่งเป็นทั้งสถาปนิกและนักสะสมของเล่นที่มีชื่อเสียง ร่วมกันวางแผนและออกแบบอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ด้วยตัวเอง ของเล่นและของสะสมที่จัดแสดงเริ่มแรกเป็นของสะสมส่วนตัวของคุณสมชายและคุณพรชัยร่วมกัน หลังจากนั้นจึงจัดหาจากแหล่งต่างๆเพิ่มเติม ไม่ใช่แค่เฉพาะของเล่นและของสะสมรุ่นใหม่ที่มีวางจำหน่าย ยังมีการจัดซื้อและประมูลของเล่นและของสะสมรุ่นเก่าและหายากจากแหล่งต่างๆทั่วโลก เช่น เว็บไซต์ ebay, เว็บไซต์ Yahoo Japan เป็นต้น ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์มีของเล่นและของสะสมแบทแมนจำนวนมากกว่า 50,000 ชิ้น ถูกยกให้เป็นพิพิธภัณฑ์ของเล่นและของสะสมเกี่ยวกับแบทแมนที่มีของจัดแสดงจำนวนมากที่สุดในเอเชีย และยังเป็นพิพิธภัณฑ์ของเล่นและของสะสมแบทแมนโดยเฉพาะเจาะจงแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย (สมชาย นิติมงคลชัย, 2558)

2. บริบททั่วไปของพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

พิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ เป็นรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว การจัดหาบุคลากร เงินทุน ผลิตภัณ์ และวิธีการปฏิบัติงานทั้งหมดถูกบริหารจัดการโดย คุณสมชาย นิติมงคลชัย เจ้าของพิพิธภัณฑ์ และมีคุณพรชัย ตระกูลทิวารค์ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์ช่วยให้คำปรึกษา พิพิธภัณฑ์ตั้งอยู่ที่ ถนนศรีนครินทร์ แขวงหัวหมาก เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร มีเนื้อที่ทั้งหมดประมาณ 1 ไร่ เวลาเปิดให้เข้าชมคือทุกวันอังคารถึงวันอาทิตย์ เวลา 10.00 น. – 17.00 น. ปิดทุกวันจันทร์ ราคาบัตรเข้าชมคือ 100 บาท สำหรับผู้ใหญ่ และ 60 บาท สำหรับเด็ก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติราคาบัตรเข้าชมคือ 250 บาท สำหรับผู้ใหญ่ และ 150 บาท สำหรับเด็ก พิพิธภัณฑ์ได้แบ่งอาคารจัดแสดงออกเป็น 2 ส่วน คือ Batcat Gotham City เป็นส่วนจัดแสดงของเล่นและของสะสมเกี่ยวกับแบทแมนและผองเพื่อน และ Batcat Movie Toys เป็นส่วนที่จัดแสดงของเล่นและของสะสมจากซูเปอร์ฮีโร่และตัวละครอื่นๆที่เป็นที่นิยม นอกจากนี้พิพิธภัณฑ์ยังมีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และส่วนจำหน่ายของที่ระลึกให้บริการอยู่ในบริเวณส่วนหน้าพิพิธภัณฑ์



ภาพที่ 1 ลักษณะอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์



ภาพที่ 2 แสดงการนำชมพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ โดย คุณสมชาย นิติมงคลชัย

ตอนที่ 2 กลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑน์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ตามแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. วิเคราะห์ตามแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

พิพิธภัณฑน์ได้รวบรวมของเล่นและของสะสมที่เกี่ยวข้องกับแบทแมนได้มากที่สุดในเอเชีย ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนกว่า 50,000 ชิ้น ทั้งของสะสมที่มีลักษณะเป็นของเล่น สิ่งพิมพ์ วีดิทัศน์ และของสะสมที่ใช้ทั่วไปในชีวิตประจำวัน เช่น กล่องใส่ของ กระเป๋า แปรงสีพื้น เป็นต้น โดยของเล่นและของสะสมที่จัดแสดงมีทั้งที่เป็นรุ่นเก่าแก่ และรุ่นใหม่ ครบคลุมทุกยุคสมัยในช่วงเวลากว่า 75 ปี ตั้งแต่แบทแมนถือกำเนิดมาจนถึงปัจจุบัน

พิพิธภัณฑน์แห่งนี้เป็นที่กล่าวกันในงานนักสะสมของเล่นแบทแมนว่า ฮาร์ดคอร์มาก เพราะปกตินักสะสมจะเลือกเก็บของสะสมแต่เพียงช่วงยุคใดยุคหนึ่งของแบทแมน แต่ที่นี่มีครบทั้ง 3 ยุค เริ่มตั้งแต่ยุควินเทจของ Adam West แล้วก็มายุคของ Tim Burton ที่มีอยู่ด้วยกัน 4 ภาค และก็ยุคดาร์คไนท์ ไตรภาคของ Christopher Nolan (สมชาย นิติมงคลชัย, 2558)

พิพิธภัณฑน์มีการจัดอันดับของสะสม 10 อันดับแรกที่ทำได้ยากที่สุด ซึ่งถูกจัดอันดับโดย Mr. Boy Wonder นักสะสมของเล่นและของสะสมแบทแมนอันดับ 1 ในคอลัมน์ Hero Complex ของหนังสือพิมพ์ประเทศอังกฤษ โดยพิพิธภัณฑน์มีป้ายแสดงประวัติและที่มาบอกเล่าเรื่องราวของสะสมทั้ง 10 อันดับนี้ ซึ่งของจัดแสดงในส่วนนี้ถือว่าเป็นจุดที่ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑน์ให้ความสนใจเป็นอันดับต้นๆ เพราะความหายาก และมูลค่าที่สูง โดยเฉพาะบางชิ้นที่มีการผลิตมาเพียงไม่กี่ชิ้นทั่วโลก



ภาพที่ 3 แสดงของสะสมที่หายากที่สุดอันดับที่ 1 เข็มขัดแบทแมนพร้อมอาวุธประจำตัว

นอกเหนือจากของเล่นและของสะสมที่เกี่ยวข้องกับแบทแมน พิพิธภัณฑ์ยังมีส่วนการจัดแสดงของเล่นและของสะสมจากหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์อื่นๆที่ได้รับความนิยมนอกเหนือจากแบทแมน เช่น สตาร์ วอร์ส (Star Wars) ซูเปอร์แมน (Superman) ไอรอน แมน (Iron-man) กัปตันอเมริกา (Captain America) เดอะ ฮัลค์ (The Hulk) และการ์ตูนอื่นๆ ของดิสนีย์ (Disney) เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มความหลากหลายของตัวละครต่างๆที่จัดแสดง ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีมากขึ้น แต่ยังคงชูจุดเด่นไปที่ของเล่นและของสะสมแบทแมนเป็นหลักเช่นเดิม โดยสัดส่วนของจัดแสดงจากหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์นอกเหนือจากแบทแมนคือ 30% ในขณะที่สัดส่วนของจัดแสดงที่เกี่ยวข้องกับแบทแมนคือ 70%

ตอนแรกก็อยากจะให้พิพิธภัณฑ์นี้จัดแสดงแต่ของเล่นแบทแมนเพียงอย่างเดียว แต่ก็กลัวว่าเด็ยนักท่องเที่ยวงจะเบื่อทันซะก่อน เชื่อกันว่านักท่องเที่ยวงส่วนใหญ่ หยุคดูและถ่ายรูปีโซนนี้มากกว่าโซนแบทแมนอีก เด็กๆส่วนใหญ่ก็ชอบโซนนี้กันมากกว่า (สมชาย นิติมงคลชัย, 2558)



ภาพที่ 4 แสดงของเล่นและของสะสมจากการ์ตูนดิสนีย์

นอกจากนี้พิพิธภัณฑ์ยังมีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในส่วนหน้าของพิพิธภัณฑ์ โดยจำหน่ายเครื่องดื่มหลากหลายชนิด เช่น ชาและกาแฟ ส่วนอาหารเป็นขนมหวานจำพวกขนมเค้กที่มีสีสันสวยงาม มีโต๊ะและเก้าอี้บริการให้นักท่องเที่ยวสามารถนั่งรับประทานได้ในพิพิธภัณฑ์ และส่วนจำหน่ายของที่ระลึกที่รวบรวมของเล่น ของสะสมจากตัวละครในหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์ และเสื้อยืดลวดลายซูเปอร์ฮีโร่ต่างๆ ได้แก่ แบทแมน ซูเปอร์แมน ไอรอนแมน กัปตันอเมริกา นำมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ โดยของที่นำมาจำหน่ายมีทั้งที่จัดหาจากในประเทศและจากต่างประเทศ บางครั้งจึงมีผู้สนใจเข้ามาที่ส่วนจำหน่ายของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์เพื่อซื้อของเหล่านี้โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่พิพิธภัณฑ์อีกทางหนึ่ง



ภาพที่ 5 แสดงลักษณะร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม

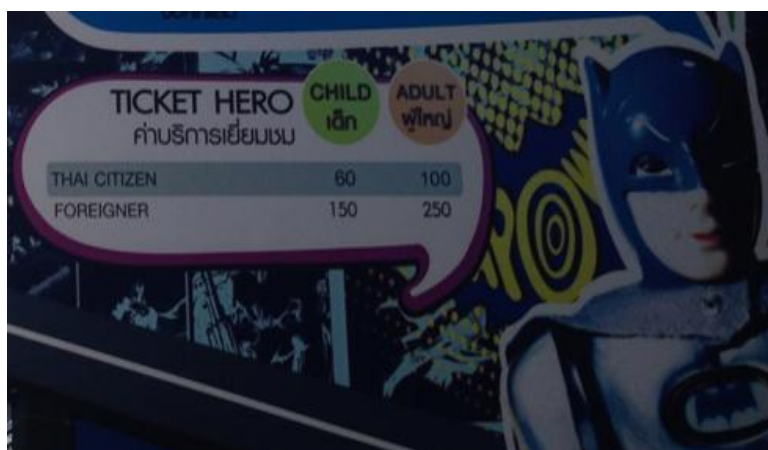
กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

พิพิธภัณฑสถานดำเนินกิจการในรูปแบบองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร จึงกำหนดราคาบัตรเข้าชมที่คนทุกระดับสามารถจ่ายได้ ซึ่งเป็นราคาถูกเมื่อเทียบกับพิพิธภัณฑสถานของเล่นอื่นที่คล้ายกัน โดยราคาบัตรเข้าชมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยคือ 100 บาท สำหรับผู้ใหญ่ และ 60 บาท สำหรับเด็ก ราคาบัตรเข้าชมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติคือ 250 บาท สำหรับผู้ใหญ่ และ 150 บาท สำหรับเด็ก การกำหนดราคาดังกล่าวเมื่อเทียบกับมูลค่าของจัดแสดงทั้งหมดในพิพิธภัณฑสถานถือว่าเป็นราคาที่ถูกเหตุผลหนึ่งที่ไม่สามารถตั้งราคาสูงกว่านี้ได้เนื่องจากค่าเข้าชม 100 บาทสำหรับคนไทยนั้น หลายคนยังคิดว่าเป็นราคาที่สูงเมื่อเทียบกับพิพิธภัณฑสถานประเภทอื่นที่สนับสนุนโดยหน่วยงานภาครัฐ ส่วนกลยุทธ์การตั้งราคาบัตรเข้าชมสำหรับชาวต่างชาติที่สูงกว่าคนไทยนั้นเป็นตามหลักทั่วไปของพิพิธภัณฑสถานส่วนใหญ่ เพื่อเป็นการสนับสนุนคนไทยให้เข้าชมพิพิธภัณฑสถานได้ในราคาที่ถูกลงกว่าชาวต่างชาติ อีกทั้งชาวต่างชาติมีกำลังซื้อที่สูงอยู่แล้ว ราคาที่กำหนดไว้นั้นจึงมีความเหมาะสม

พิพิธภัณฑสถานแห่งนี้ไม่ได้เปิดเพื่อหวังกำไรอยู่แล้ว ค่าบัตรเข้าชมนี้หวังแค่ให้พอกับค่าใช้จ่ายแต่ละเดือน ทั้งค่าเช่าที่ ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าจ้างเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถาน ถ้าการเปิดที่นี่จะมีขาดทุนบ้างก็ไม่ใช่อุปสรรค แต่ถึงอย่างไรก็ไม่อยากให้เข้าเนื้อหรือกระแตว่าของจัดแสดงทุกชิ้นของที่นี่ ยิ่งเวลาผ่านไปยิ่งมีราคาสูงขึ้น และยังเป็นของที่ตลาดและวงการของสะสมต้องการอยู่ตลอด การซื้อของเหล่านี้มาสะสมเลยเหมือนเป็นการลงทุนอย่างหนึ่ง หากสุดท้ายแล้วพิพิธภัณฑสถานต้องปิดตัวลง ผมก็สามารถปล่อยของเหล่านี้มาเงินกลับคืนมาได้มูลค่ามหาศาล (สมชาย นิติมงคลชัย, 2558)

ในอีกมุมมองหนึ่งของเจ้าของพิพิธภัณฑสถานก็เห็นว่าการเก็บรักษาของเล่นและของสะสมทั้งหมดในพิพิธภัณฑสถาน รวมไปถึงการจัดหาของสะสมเหล่านี้ทั้งรุ่นเก่าที่หายากและรุ่นใหม่ที่มีเพิ่มเติมอยู่

ตลอดเป็นเหมือนการลงทุนอย่างหนึ่ง ของสะสมทุกชิ้นยิ่งเวลาผ่านไปมูลค่ายิ่งสูงขึ้น อีกทั้งของสะสมเหล่านี้ยังเป็นที่ต้องการของตลาดและวงการนักสะสมของเล่นทั่วโลกอยู่ตลอดเวลา หากพิพิธภัณฑ์ถึงคราวที่ต้องปิดกิจการ ของจัดแสดงทั้งหมดนั้นเจ้าของพิพิธภัณฑ์สามารถขายสู่ตลาดได้ในมูลค่าที่สูง และสร้างกำไรได้เป็นจำนวนมาก จึงไม่มีความจำเป็นต้องกำหนดราคาบัตรเข้าชมให้ราคาเหมาะสมกับมูลค่าของจัดแสดง พิพิธภัณฑ์ต้องการรายได้แค่ให้เพียงพอกับค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้แก่ ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าเช่าที่ และค่าจ้างรายเดือนของเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์เท่านั้น



ภาพที่ 6 แสดงป้ายบอกราคาค่าบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์

ในส่วนราคาของเล่นและของสะสมที่จัดจำหน่ายเพื่อเป็นของที่ระลึก เจ้าของพิพิธภัณฑ์ได้กำหนดราคาที่ใกล้เคียงกับร้านค้าทั่วไป ถ้าเป็นสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างประเทศราคาคิดเพิ่มแตกต่างตามความยากง่ายของการได้มาของสินค้าชิ้นนั้น อาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์มีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพสินค้า โดยกำหนดราคาใกล้เคียงกับร้านค้าทั่วไปเพื่อให้นักท่องเที่ยวทุกระดับสามารถซื้อรับประทานได้

กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Place)

สถานที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์อยู่ใกล้แยกกล้าสาตี เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร เป็นทำเลที่เดินทางได้สะดวก ดิตรีมถนน มีรถประจำทางหลายสายให้บริการ ได้แก่ สาย 22, 60, 71, 92, 95, 109, 115, 122, 126, 143, 172, 501, 545 และเนื่องจากพิพิธภัณฑ์นี้ไม่ได้มุ่งเน้นการแสวงผลกำไรอยู่แล้ว เจ้าของพิพิธภัณฑ์มองว่าพิพิธภัณฑ์แห่งนี้เป็นเหมือนห้องเก็บของเล่นและของสะสมของตนมากกว่า การเลือกทำเลที่ตั้งจึงไม่ได้เลือกในบริเวณที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่เป็นการเลือกที่ตั้งที่อยู่ใกล้บ้านและที่ทำงานของเจ้าของพิพิธภัณฑ์มากที่สุดเพื่อสะดวกต่อการเดินทาง

มีหลายคนสงสัยว่าทำไมไม่ตั้งพิพิธภัณฑ์ที่แหล่งท่องเที่ยวไปเลย ตามสถานที่ที่มีชาวต่างชาติเยอะๆ เช่น พัทยา หรือตรอกข้าวสาร ถ้าจะเป็นแบบนั้นคงต้องขับรถระยะทางไกลจากบ้านและที่ทำงานหลายกิโลเมตรในการเข้าไปชื่นชมและดูแลของสะสมที่ตัวเองรัก (สมชาย นิติมงคลชัย, 2558)

พิพิธภัณฑ์ที่มีจุดรถสำหรับบริการผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์บริเวณด้านข้างอาคารจัดแสดง โดยที่จุดรถสามารถรองรับรถยนต์ส่วนบุคคลได้ประมาณ 10 คัน และรถโดยสารขนาดใหญ่ประมาณ 2 คัน เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่นำรถยนต์มาโดยไม่คิดค่าบริการ



ภาพที่ 7 แสดงที่จอดรถของพิพิธภัณฑ์

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

ทางพิพิธภัณฑ์ได้สร้างเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ดูแลโดยเจ้าของพิพิธภัณฑ์เอง เพื่อใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรงบนสังคมออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันเป็นที่นิยมในหลายธุรกิจ และถูกเรียกว่าการตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย (Social Media Marketing) โดยเจ้าของพิพิธภัณฑ์มีการประชาสัมพันธ์ของเล่นและของสะสมที่มาใหม่ในพิพิธภัณฑ์อยู่ตลอด และมีกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัลผ่านทางเฟซบุ๊กของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งของรางวัลส่วนใหญ่ คือบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์ แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ และยังมีแจกแผ่นพับของพิพิธภัณฑ์ในงานนิทรรศการของเล่นหรือนิทรรศการอื่นที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แก่พิพิธภัณฑ์อีกทางหนึ่ง

ก่อนหน้านี้พิพิธภัณฑ์ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยการมอบบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์แก่เด็กนักเรียนระดับชั้นอนุบาลถึงระดับชั้นประถมศึกษาตอนต้นในโรงเรียนที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับพิพิธภัณฑ์ โดยติดต่อผ่านโรงเรียนและครู มอบบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์เป็นจำนวนกว่า 10,000 ใบ บัตรเข้าชมที่มอบให้โดยไม่คิดเงินนั้นเป็นบัตรสำหรับเด็ก ซึ่งทางพิพิธภัณฑ์มุ่งหวังให้เด็กที่ได้รับบัตรเข้าชมเหล่านี้ไปนั้นพาพ่อแม่หรือผู้ปกครองเข้ามาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ด้วยกัน แต่ผลตอบรับกลับต่ำกว่าความคาดหมายอย่างมาก ปัจจุบันจึงเปลี่ยนกิจกรรมส่งเสริมการขายเป็นการเชิญชวนโรงเรียนและครูในโรงเรียนที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับพิพิธภัณฑ์เลือกจัดทัศนศึกษาสถานศึกษาที่พิพิธภัณฑ์ แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ซึ่งได้ผลตอบรับที่ดีจากโรงเรียนนานาชาติในบริเวณใกล้เคียงหลายแห่ง (สมชาย นิติมงคลชัย, 2558)



ภาพที่ 8 แสดงบรรยากาศการทำศึษาในพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

นอกจากนี้พิพิธภัณฑ์ยังได้ประชาสัมพันธ์และติดต่อไปยังบริษัทท่องเที่ยวของประเทศฮ่องกง และได้หวั่น ให้จัดการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ลงในแผนการท่องเที่ยวประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติเหล่านี้มักมาพร้อมกันเป็นกลุ่มใหญ่ และมีกำลังซื้อสูง ทำให้พิพิธภัณฑ์มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติค่อนข้างมาก ดังนั้นทางพิพิธภัณฑ์จึงมีแผนติดต่อไปยังบริษัทท่องเที่ยวอื่นเพิ่มมากขึ้น ทั้งในประเทศเดิมที่ได้รับผลตอบรับที่ดีและประเทศอื่นๆ โดยเริ่มจากประเทศที่ตั้งอยู่ใกล้ประเทศไทยและประชากรมีกำลังซื้อสูง

กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

บุคลากรที่ปฏิบัติงานในพิพิธภัณฑ์ทั้งหมด 3 คน ได้แก่ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์จำนวน 1 คน และเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์จำนวน 2 คน ซึ่งเป็นลูกจ้างประจำและเป็นคนในพื้นที่ ทำหน้าที่ตรวจสอบความเรียบร้อยในพิพิธภัณฑ์ เช่น การเปิดไฟส่องสว่าง การเปิดภาพยนตร์หรือการ์ตูนแบทแมน การดูแลความสะอาดของจัดแสดงและพื้นที่ในพิพิธภัณฑ์ และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเฉพาะบริเวณจุดจำหน่ายบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม และส่วนจำหน่ายของที่ระลึก แต่ไม่ได้ดูแลในส่วนการให้ข้อมูลของเล่นและของสะสมในส่วนอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ เนื่องจากเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ไม่มีความรู้ในเรื่องของจัดแสดง เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์เป็นบุคคลเดียวที่มีความรู้ในเรื่องของเล่นและของสะสมเกี่ยวกับแบทแมนและซูเปอร์ฮีโร่อย่างแท้จริง สามารถให้ข้อมูล ประวัติความเป็นมาของของเล่นและของสะสมเกี่ยวกับแบทแมนและซูเปอร์ฮีโร่แก่ผู้สนใจได้ แต่กระนั้นเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์อยู่ที่พิพิธภัณฑ์เพียงบางช่วงเวลาของวันเสาร์และวันอาทิตย์เท่านั้น จึงไม่สามารถบริการข้อมูลแก่ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ได้ตลอด เหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากทางพิพิธภัณฑ์มองว่าลักษณะของจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ไม่จำเป็นต้องอธิบายรายละเอียดมากนัก นักท่องเที่ยวเพียงแค่อะไรก็ได้เดินชมอย่างอิสระ และถ้าอยู่ร่วมกับของจัดแสดงก็มีความพึงพอใจ อีกทั้งไม่ยากเป็นการเพิ่มภาระค่าใช้จ่ายในการจัดหาเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์เพิ่มเพื่อให้ข้อมูลในส่วนอาคารจัดแสดง

ส่วนใหญ่วันเสาร์อาทิตย์ ถ้าคุณสมชายเขาไม่ติดธุระ เขาก็จะมาอยู่ที่นี้ละ อยากรู้ว่าคุณซักถามอะไรเกี่ยวกับแบทแมนเขาก็รู้หมด แต่ถ้าจะให้จ้างพนักงานมาเพิ่มก็คงไม่ไหว แต่เท่านี้ก็เพียงพอแล้ว เพราะวันๆหนึ่งไม่ได้มีนักท่องเที่ยวแวะเข้ามาเยอะขนาดนั้น แล้วถ้ามีเจ้าหน้าที่มาคอยให้ข้อมูลจริงๆ ถามว่าอยากรู้จริงรึป่าว ส่วนใหญ่เท่าที่เห็นนักท่องเที่ยวแค่นี้ดูๆจ้องๆ ถ่ายรูปกันก็มีความสุขแล้ว (พรชัย ตระกูลทิวาร, 2558)

ด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศกับนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นยังไม่เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากทางพิพิธภัณฑ์ไม่ได้มีบริการเจ้าหน้าที่นำชมพิพิธภัณฑ์อยู่แล้ว จึงแทบไม่มีการสื่อสารภาษาต่างประเทศเกิดขึ้นในพิพิธภัณฑ์ หากมีเพียงการซักถามเล็กๆน้อยๆเท่านั้น

กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

การเข้าชมอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์เป็นลักษณะการเดินชมอย่างอิสระ ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้บริการนำชมหรืออธิบายข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวด้านใน ทางเดินของส่วนอาคารจัดแสดงออกแบบให้เดินชมได้สะดวกไม่วกวน โดยมีแผนผังในพิพิธภัณฑ์ หรือ Directory Board แสดงการแบ่งส่วนอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์กำหนดเป็นตัวอักษร A ถึง E เพื่อให้เข้าใจได้ง่าย ส่วนจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ Batcat Gotham City และ Batcat Movie Toys โดยผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ต้องผ่านส่วน Batcat Movie Toys ก่อน ซึ่งเป็นส่วนจัดแสดงของเล่นและของสะสมจากหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์อื่นๆที่ได้รับความนิยมนอกเหนือจากแบทแมน จากนั้นจึงเป็นส่วน Batcat Gotham City ซึ่งเป็นส่วนจัดแสดงของเล่นและของสะสมที่เกี่ยวกับแบทแมนและผองเพื่อน ระหว่างทางเดินในพิพิธภัณฑ์มีเก้าอี้ให้บริการเพื่อเป็นจุดพักผ่อน มีเครื่องปรับอากาศติดตั้งครอบคลุมทั่วทั้งบริเวณพิพิธภัณฑ์ และเมื่อสิ้นสุดเส้นทางของส่วนจัดแสดงมีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มให้บริการแก่ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ รวมทั้งส่วนจำหน่ายของเล่นและของที่ระลึกแก่ผู้สนใจ



ภาพที่ 9 แสดงแผนผังการเข้าชมพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร (Physical Evidence)

พิพิธภัณฑน์มีการใช้โลโก้ที่ออกแบบให้คล้ายสัญลักษณ์แบทแมน โดยใช้โลโก้ที่แทนชื่อพิพิธภัณฑน์ นอกจากนี้ยังตั้งชื่อร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มว่า “Batbarang-Café” และชื่อเมนูเครื่องดื่มต่างๆ สอดคล้องกับชื่อพิพิธภัณฑน์ เช่น แบทแคท คาปูชิโน่ แบทแคท ชาไทย เป็นต้น การตกแต่งอาคารและสถานที่ของพิพิธภัณฑน์ทั้งหมดตั้งแต่ผนัง โต๊ะ เก้าอี้ ป้ายบอกทาง มีการออกแบบให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ความเป็นแบทแมน และซูเปอร์ฮีโร่ อาคารของพิพิธภัณฑน์เมื่อมองจากภายนอก มีความสวยงามแปลกตา ช่วยดึงดูดผู้พบเห็นได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 10 แสดงลักษณะโลโก้ของพิพิธภัณฑน์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

นอกจากนี้พิพิธภัณฑน์ยังมีการจัดแสดงของเล่นและของสะสมนอกสถานที่ตามงานนิทรรศการต่างๆ เช่น ไทยแลนด์ คอมมิค คอน (Thailand Comic Con) ไทยแลนด์ คลาสสิก ทอย แอนด์ เกมส์ (Thailand Classic Toy & Game) เป็นต้น ซึ่งช่วยประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าชมงานนิทรรศการรู้จักพิพิธภัณฑน์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์มากขึ้น ซึ่งทางพิพิธภัณฑน์มีแผนจัดงานจัดแสดงนอกสถานที่มากขึ้นในอนาคต (สมชาย นิติมงคลชัย, 2558)

ด้วยภาพลักษณ์ของการเป็นพิพิธภัณฑน์ของเล่นและของสะสมที่เกี่ยวกับแบทแมนอันดับ 1 ในเอเชีย ส่งผลให้มีนิทรรศการและรายการโทรทัศน์มากมายทั้งจากในประเทศไทยและต่างประเทศสนใจเข้ามาสัมภาษณ์ และทำรายการนำไปเผยแพร่ในสื่อรูปแบบต่างๆ อยู่ตลอด ทำให้พิพิธภัณฑน์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้นทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ

จากการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดตามแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด สรุปได้ว่าด้านผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นและหลากหลาย ด้านราคายังไม่สามารถกำหนดราคาให้เพียงพอต่อการนำมาพัฒนาพิพิธภัณฑน์ ด้านสถานที่มีความสะดวกต่อการเดินทาง แต่ยังคงต้องได้รับการพัฒนาขนาดพื้นที่ที่จอดรถ ด้านการส่งเสริมการขายมีความหลากหลายและเหมาะสม สามารถส่งเสริมและพัฒนาให้ผลตอบรับดียิ่งขึ้นได้ ด้านบุคลากรควรส่งเสริมทักษะของบุคลากรให้มากขึ้นและควรจัดหาเจ้าหน้าที่เพิ่มเติมสำหรับการนำชมพิพิธภัณฑน์ ด้านกระบวนการให้บริการมีความเหมาะสม แต่ยังสามารถเพิ่มการบริการใหม่ๆ ให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายยิ่งขึ้น และด้านภาพลักษณ์ขององค์กรที่มีชื่อเสียงมากขึ้นจากการนำเสนอผ่านงานนิทรรศการ และสื่อรูปแบบต่างๆ

2. วิเคราะห์ตามแนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ SWOT Analysis ของพิพิธภัณฑ์แบทแมน มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์

	Helpful	Harmful
Internal origin	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นพิพิธภัณฑ์ของเล่นแบทแมน อันดับ 1 ในเอเชีย - ผลิตรายการหลากหลายและครอบคลุมทุกยุคสมัย - ผลิตรายการที่มีความโดดเด่น 	<ul style="list-style-type: none"> - ของจัดแสดงเปื่อยดเสียหายไป - ติดป้ายข้อมูลของจัดแสดงไม่ทั่วถึง - ทำเลที่ตั้งไม่เหมาะสม - ที่จอดรถไม่เพียงพอ
External origin	<ul style="list-style-type: none"> - กระแสความนิยมจากภาพยนตร์ - โครงการมิวส์พาส 	<ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาเศรษฐกิจชะลอตัว - ปัญหาการชุมนุมทางการเมือง - การก่อเหตุความไม่สงบ -ทัศนคติแง่ลบต่อพิพิธภัณฑ์ของคนไทย

ด้านจุดแข็ง (Strength)

1. เป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมของเล่นและของสะสมที่เกี่ยวข้องกับแบทแมนได้มากที่สุดที่สุดในเอเชีย อีกทั้งยังเป็นพิพิธภัณฑ์ของเล่นและของสะสมแบทแมนโดยเฉพาะเจาะจงแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย
2. คอลเลกชันของสะสมครอบคลุมทุกยุคสมัยของแบทแมนในช่วงเวลากว่า 75 ปี
3. ของจัดแสดงมีหลากหลายรูปแบบทั้งที่เป็น ของเล่น หุ่นจำลอง ของที่ใช้ในชีวิตประจำวัน แผ่นเกมส์ หนังสือการ์ตูน วีดีทัศน์ ภาพยนตร์ เป็นต้น
4. ของเล่นและของสะสมที่จัดแสดงมีตั้งแต่ของที่หาได้ทั่วไปราคาไม่กี่สิบบาท ไปจนถึงของที่หายากและมีมูลค่าสูงหลักแสนบาท ของจัดแสดงบางชิ้นมีอยู่ไม่กี่ชิ้นในโลก เช่น โปสเตอร์ภาพยนตร์แบทแมน ปีกินส์ ที่มีลายเซ็นของ Christian Bale ผู้รับบทแบทแมน หุ่นยนต์ไซลานสังกะสีแบทแมนจากญี่ปุ่น เป็นต้น

5. มีของจัดแสดงที่โดดเด่น ได้แก่ ชุดเครื่องแบบแบทแมนที่สวมใส่ได้จริง หุ่นจำลองของแบทแมนและซูเปอร์ฮีโร่ขนาดเท่าคนจริง รถแบทแมน (Batmobile) จำลองขนาดเท่าของจริง

6. พิพิธภัณฑ์มีการจัดอันดับของเล่นและของสะสมแบทแมน 10 อันดับแรกที่เขาได้ยากที่สุด และมีป้ายบอกประวัติความเป็นมาของของสะสมชิ้นที่สำคัญและหายากเหล่านี้ให้ได้ศึกษา

7. พิพิธภัณฑ์แบ่งส่วนการจัดแสดงออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วน Batcat Gotham City ซึ่งเป็นส่วนจัดแสดงของเล่นและของสะสมที่เกี่ยวข้องกับแบทแมนและผองเพื่อน และส่วน Batcat Movie Toys ซึ่งเป็นส่วนจัดแสดงของเล่นและของสะสมจากหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์อื่นๆที่ได้รับความนิยมนอกเหนือจากแบทแมน ทำให้ของจัดแสดงมีความหลากหลายและน่าสนใจ

ด้านจุดอ่อน (Weakness)

1. อาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์มีขนาดเล็ก ไม่เพียงพอต่อการจัดแสดงของเล่นและของสะสมที่มีอยู่ทั้งหมดได้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ของที่จัดแสดงมีการเบียดเสียดมากจนเกินไป ของจัดแสดงบางชิ้นถูกบดบัง ทำให้บางจุดแสงสว่างส่องไม่ถึง

2. พิพิธภัณฑ์ติดป้ายแสดงประวัติและที่มาของของเล่นและของสะสมที่จัดแสดงได้ไม่ครอบคลุม อีกทั้งการแบ่งหมวดหมู่ของจัดแสดงยังไม่ชัดเจนมากนัก

3. ไม่มีห้องเก็บของที่เพียงพอต่อการเก็บกล่องบรรจุภัณฑ์และของที่หมุนเวียนจัดแสดง จึงต้องเอากล่องบรรจุภัณฑ์บางส่วน และของจัดแสดงทั้งหมดมาจัดแสดงรวมอยู่ด้วยกัน

ตามหลักแล้วพิพิธภัณฑ์ควรจัดสรรพื้นที่เป็นสัดส่วน 40% สำหรับของจัดแสดง และ 60% สำหรับพื้นที่จัดเก็บกล่องและของจัดแสดงหมุนเวียน ของจัดแสดงควรยกเพียงบางส่วนหมุนเวียนกันจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ อาจจัดแสดงตามกระแสความนิยมของหนังสือการ์ตูนหรือภาพยนตร์ในขณะนั้น แต่ที่นี้คือของสะสมทั้งหมดถูกนำมาจัดแสดงรวมกัน ดูแล้วเบียดเสียดและหนาแน่น ของราคาหลักสิบบางที่มาตั้งร่วมกับของราคาหลักหมื่น ดูแล้วไม่มีคุณค่า (พรชัย ตระกูลทิวาร, 2558)

4. ทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ไม่เป็นทางผ่านของเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากไม่มีสถานท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่บริเวณใกล้เคียง มีเพียงห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่อยู่ใกล้ ซึ่งไม่ได้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสนใจแวะมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แต่อย่างใด

5. แม้ว่าพิพิธภัณฑ์ตั้งอยู่ติดถนนที่มีรถประจำทางหลายสายขับผ่าน แต่ป้ายหยุดรถประจำทางกลับอยู่ห่างจากพิพิธภัณฑ์เป็นระยะทางไกลทำให้การเดินทางด้วยรถประจำทางไม่สะดวกมากนัก

6. ทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์มีลักษณะเส้นทางที่อยู่ใกล้สี่แยกต่อเนื่องด้วยสะพานข้ามคลอง มีเส้นทางตรงต่อเนื่องระยะสั้น ทำให้ผู้ขับรถสัญจรผ่านถนนเส้นนี้มักไม่ได้สังเกตบรรยากาศ 2 ข้างทาง เพราะต้องมีสมาธิจดจ่ออยู่กับวิสัยทัศนบนถนน

7. ที่จอดรถของพิพิธภัณฑ์รองรับรถยนต์ส่วนบุคคลได้เพียง 10 คัน หรือรถโดยสารขนาดใหญ่ได้เพียง 2 คัน ซึ่งหากมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์พร้อมๆกัน พิพิธภัณฑ์จะไม่สามารถอำนวยความสะดวกด้านที่จอดรถได้เพียงพอ

ด้านโอกาส (Opportunity)

1. เมื่อมีภาพยนตร์แบทแมนหรือภาพยนตร์เกี่ยวกับซูเปอร์ฮีโร่อื่นๆ เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ จะเกิดกระแสความนิยมตัวละครต่างๆ จากภาพยนตร์ที่ฉายในขณะนั้น โดยพิพิธภัณฑ์จะใช้โอกาสนี้ทำการประชาสัมพันธ์และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายให้แก่พิพิธภัณฑ์ เพื่อให้มีผู้สนใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์มากขึ้น

2. สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.) ได้เสริมสร้างวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ และส่งเสริมการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ด้วยโครงการมิวส์พาส (Muse Pass) ซึ่งเป็นการจำหน่ายบัตรใบเดียวในราคา 199 บาท บัตรนี้สามารถใช้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ได้ถึง 40 พิพิธภัณฑ์ทั่วเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่งผลให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์มากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แบทแมน มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ เป็นอันดับแรกๆ เนื่องจากความแตกต่างในการเป็นพิพิธภัณฑ์ของเล่น ในขณะที่พิพิธภัณฑ์อื่นที่ร่วมโครงการส่วนใหญ่เป็นพิพิธภัณฑ์งานศิลปกรรมและประวัติศาสตร์ อีกทั้งราคาบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์แบทแมน มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์มีราคาที่สูงเป็นอันดับต้นๆ เมื่อเทียบกับพิพิธภัณฑ์อื่นในรายการ ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แห่งนี้เพื่อความคุ้มค่า

ด้านอุปสรรค (Threat)

1. ปัญหาสภาพเศรษฐกิจชะลอตัว ทำให้คนส่วนใหญ่ต่างลดการใช้จ่ายเงินเพื่ออุปโภคบริโภค รวมไปถึงลดปริมาณการท่องเที่ยว

2. ปัญหาการชุมนุมทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจในประเทศไทย และทำให้นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนลดลง

3. ปัญหาการก่อเหตุความไม่สงบในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตและทรัพย์สิน ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเกรงกลัวอันตราย ไม่กล้าเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

4.ทัศนคติแง่ลบของคนไทยต่อพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์กลายเป็นสิ่งที่คนไทยต่างมองว่าเป็นสถานที่น่าเบื่อ คนไทยไม่ให้ความสนใจหรือเห็นความสำคัญของพิพิธภัณฑ์และของจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์หลายแห่งแม้ว่าตั้งอยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวอื่นที่มีผู้คนแวะเวียนมาจำนวนมาก มีการสัญจรผ่านพิพิธภัณฑ์เป็นประจำ หรือแม้กระทั่งพิพิธภัณฑ์ที่เปิดบริการให้เข้าชมโดยไม่คิดเงินก็ไม่ได้ช่วยให้คนไทยมีความสนใจเข้าชมพิพิธภัณฑ์นั้นๆ มากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าคนไทยส่วนใหญ่ยังมองไม่เห็นคุณค่าในงานศิลปะ และศิลปะกำลังจะกลายเป็นสิ่งที่ถูกลืมในสังคมไทย

จากการวิเคราะห์ที่กลยุทธ์การติดตามแนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis สรุปได้ว่า ด้านจุดแข็ง พิพิธภัณฑ์มีผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น และตัวพิพิธภัณฑ์เองที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ อีกทั้งชื่อเสียงจากการเป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมของเล่นและของสะสมเกี่ยวกับแบทแมนได้มากที่สุดในเอเชีย ด้านจุดอ่อน คือ ข้อจำกัดของขนาดอาคารและพื้นที่พิพิธภัณฑ์ และทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ที่ยังไม่เหมาะสมมากนัก ด้านโอกาสจากกระแสความนิยมภาพยนตร์แบทแมนและซูเปอร์ฮีโร่ และโครงการมิวส์พาส ที่ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายมีความสนใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์มากยิ่งขึ้น และด้านอุปสรรค คือ การชุมนุมทางการเมือง และการก่อเหตุความไม่สงบในกรุงเทพมหานครที่มีผลกระทบต่อที่รุนแรงและยาวนาน อีกทั้งอุปสรรคในเรื่องทัศนคติแง่ลบของคนไทยต่อพิพิธภัณฑ์ซึ่งยากที่จะปรับเปลี่ยน

ตอนที่ 3 ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินกิจการของ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ และแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินกิจการของพิพิธภัณฑสถานฯ ที่มีตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันทั้งหมด โดยสามารถจัดเป็นสาเหตุหลักได้ดังนี้

1. การขาดแคลนงบประมาณในการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานฯ

พิพิธภัณฑสถานฯขาดงบประมาณสนับสนุนเพื่อการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานฯในด้านต่างๆ โดยปัญหาสำคัญที่ควรได้รับการพัฒนาคือ ด้านการขยายพื้นที่ของพิพิธภัณฑสถานฯ เนื่องจากปัจจุบันพิพิธภัณฑสถานฯมีขนาดพื้นที่อาคารจัดแสดงที่จำกัด และมีขนาดเล็กเมื่อเทียบกับปริมาณของจัดแสดงที่มีทั้งหมด ทำให้พื้นที่ไม่เพียงพอต่อการจัดแสดงของเล่นและของสะสมได้อย่างเป็นระเบียบเรียบร้อย ของที่จัดแสดงมีการเบียดเสียดมากจนเกินไป อีกทั้งยังไม่มีพื้นที่สำหรับจัดเก็บกล่องบรรจุภัณฑ์และของจัดแสดงหมุนเวียน เมื่อของจัดแสดงถูกวางอย่างเบียดเสียดส่งผลให้ไม่สามารถแบ่งหมวดหมู่ของจัดแสดงได้อย่างชัดเจน ของจัดแสดงส่วนใหญ่ถูกวางรวมๆกันโดยไม่ติดป้ายแสดงประวัติและที่มาให้ทั่วถึง มีเพียงของจัดแสดงที่หายากและเป็นชิ้นที่สำคัญจริงๆเท่านั้นที่เจ้าของพิพิธภัณฑสถานฯติดป้ายแสดงประวัติและที่มาไว้บริการ

การขาดแคลนงบประมาณในการขยายพื้นที่ที่จอดรถ เนื่องจากปัจจุบันที่จอดรถของพิพิธภัณฑสถานฯมีขนาดเล็ก ไม่สามารถรองรับรถยนต์ของนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ การจะขยายพื้นที่ที่จอดรถเดิมนั้นไม่สามารถทำได้ เพราะที่ดินบริเวณนี้ถูกขายเพื่อนำไปใช้สร้างบ้านจนเต็มพื้นที่ ต้องใช้การเช่าพื้นที่ในบริเวณอื่นที่ใกล้เคียงทดแทน ซึ่งพื้นที่ส่วนใหญ่ในบริเวณพิพิธภัณฑสถานฯมีราคาเช่าที่สูง

ส่วนในด้านการขาดเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถานฯสำหรับการนำชมและให้ความรู้ในส่วนอาคารจัดแสดง ที่แม้ว่าพิพิธภัณฑสถานฯไม่ให้ความสำคัญในการพัฒนาส่วนนี้มากนัก แต่หากมีงบประมาณที่เพียงพอ การจัดหาเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถานฯเพื่อบริการในส่วนนี้ย่อมถือว่าการพัฒนาที่สำคัญ เพื่อช่วยทดแทนปัญหาที่พิพิธภัณฑสถานฯไม่สามารถติดป้ายแสดงประวัติและที่มาของจัดแสดงได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งยังช่วยให้การชมพิพิธภัณฑสถานฯแบบหมู่คณะไม่เกิดความวุ่นวาย

แนวทางการแก้ไขปัญหาคาดแคลนงบประมาณในการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานฯคือ การแสดงให้เห็นถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญในพิพิธภัณฑสถานฯ เพื่อให้ภาครัฐบาลและเอกชนเข้ามาช่วยให้การสนับสนุนและส่งเสริมด้านงบประมาณในการพัฒนาพิพิธภัณฑสถานฯ

2. ทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑสถานฯ

ทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑสถานฯไม่เป็นทางผ่านของเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญที่เป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในบริเวณใกล้พิพิธภัณฑสถานฯ ทำให้การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานฯไม่อยู่ในการจัดแผนท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยว ทำเลที่ตั้งที่แม้ติดริมถนน แต่มีลักษณะเส้นทางที่อยู่ใกล้สี่แยกใหญ่ และต่อเนื่องด้วยสะพานข้ามคลอง มีเส้นทางตรงต่อเนื่องระยะสั้น ทำให้ผู้ขับรถสัญจรผ่านถนนเส้นนี้มักไม่ได้สังเกตบรรยากาศ 2 ข้างทาง เพราะต้องมีสมาธิจดจ่ออยู่กับวิสัยทัศน์บนถนน

แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์คือ การติดต่อประชาสัมพันธ์กับ บริษัทนำเที่ยวทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศให้มากขึ้น การประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ นอกเหนือจากเฟซบุ๊กโดยเน้นประชาสัมพันธ์โดยตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย เช่น การสร้างเว็บไซต์ของ พิพิธภัณฑ์ การแจกแผ่นพับของพิพิธภัณฑ์ในงานนิทรรศการของเล่นหรือนิทรรศการอื่นที่เกี่ยวข้อง ในส่วนปัญหาความไม่โดดเด่นของพิพิธภัณฑ์จากทำเลที่ไม่เหมาะสม จะใช้การเพิ่มป้ายบอกทางของ พิพิธภัณฑ์เพื่อให้ผู้สัญจรผ่านบริเวณพิพิธภัณฑ์เกิดความรับรู้และมีความสนใจมากขึ้น



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษา “รูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์” ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกรูปแบบและวิธีการวิจัยโดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology study) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์และประเด็นปัญหาในการศึกษารูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคจากการดำเนินกิจการของพิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ตลอดจนแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมตามแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และแนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis โดยเข้าเยี่ยมชม พิพิธภัณฑ์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ และสัมภาษณ์เจ้าของพิพิธภัณฑ์ ผู้จัดการ พิพิธภัณฑ์ และเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ นอกจากนี้ยังได้พูดคุยกับผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการและผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาสรุปผ่านแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด 7Ps และแนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

พิพิธภัณฑ์มีผลิตภัณฑ์ หรือของจัดแสดงที่โดดเด่นและมีความน่าสนใจในตัวเอง อีกทั้งปัจจุบันกระแสความนิยมตัวละครซูเปอร์ฮีโรมีอยู่มากจากคนทุกเพศทุกวัย ของจัดแสดงมีจำนวนมาก และหลากหลายที่ไม่ได้มีแค่ของจัดแสดงเกี่ยวกับแบทแมนเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีตัวละครจากหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์อื่นๆร่วมด้วย การจัดอันดับของสะสม 10 อันดับแรกที่ทำได้ยากโดยมีป้ายแสดงประวัติและที่มาแก่ผู้สนใจศึกษา การจำหน่ายของที่ระลึกที่เป็นของเล่นและของสะสมหลากหลายแบบ และการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มในพิพิธภัณฑ์

กลยุทธ์ด้านราคา (Price)

พิพิธภัณฑ์กำหนดราคาบัตรเข้าชมแบ่งเป็นราคาสำหรับผู้ใหญ่และสำหรับเด็ก อีกทั้งราคาบัตรเข้าชมสำหรับชาวต่างชาติและชาวไทยมีราคาที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามหลักทั่วไปของพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่ เพื่อเป็นการสนับสนุนคนไทยให้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ได้ในราคาที่ถูกลงกว่าชาวต่างชาติ พิพิธภัณฑ์ดำเนินกิจการในรูปแบบองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร จึงกำหนดราคาบัตรเข้าชมในราคาถูกเมื่อเทียบกับพิพิธภัณฑ์ของเล่นอื่นที่คล้ายกัน ราคาที่กำหนดไว้นั้นเมื่อเทียบกับมูลค่าของจัดแสดงทั้งหมดในพิพิธภัณฑ์ถือว่าเป็นราคาที่ถูกมาก แต่การที่ไม่สามารถตั้งราคาสูงกว่านี้ได้เนื่องจากค่าเข้าชมที่กำหนดไว้ คนไทยหลายคนยังคิดว่าเป็นราคาที่สูงเมื่อเทียบกับพิพิธภัณฑ์ ประเภทอื่นที่สนับสนุนโดยหน่วยงานภาครัฐ ราคาของเล่นและของสะสมที่จัดจำหน่ายเพื่อเป็นของที่ระลึกมีราคาที่สูงใกล้เคียงกับร้านค้าทั่วไป ส่วนราคาอาหารและเครื่องดื่มกำหนดให้เหมาะสมตามคุณภาพสินค้า

กลยุทธ์ด้านสถานที่ (Place)

ทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์เดินทางได้สะดวก ติดริมถนน มีรถประจำทางหลายสายให้บริการ มีบริการที่จอดรถในขนาดพื้นที่จำกัด แต่ทำเลที่ตั้งไม่อยู่ในเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญอยู่บริเวณใกล้เคียงพิพิธภัณฑ์ ในส่วนของอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ถูกออกแบบให้ใช้พื้นที่ได้อย่างคุ้มค่า มีพื้นที่ให้เดินชมของจัดแสดงได้สะดวก ภายในอาคารติดตั้งเครื่องปรับอากาศครอบคลุมทั่วทุกบริเวณพื้นที่ แต่ปัจจุบันพบว่าอาคารจัดแสดงมีขนาดไม่เพียงพอ เนื่องจากของเล่นและของสะสมมีการเพิ่มจำนวนอยู่ตลอดเวลา ทำให้ของจัดแสดงถูกวางรวมกันอย่างเบียดเสียดเกินไป ดูไม่เป็นระเบียบและไม่สวยงาม

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

พิพิธภัณฑ์ได้สร้างเฟซบุ๊กเพื่อใช้เป็นช่องทางสื่อสารข้อมูลของพิพิธภัณฑ์แก่กลุ่มเป้าหมายโดยตรง มีการประชาสัมพันธ์ของเล่นและของสะสมที่มาใหม่ในพิพิธภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา และมีกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัลผ่านทางเฟซบุ๊กของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งของรางวัลส่วนใหญ่คือบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์ การแจกแผ่นพับของพิพิธภัณฑ์ในงานนิทรรศการของเล่นต่างๆ การเชิญชวนโรงเรียนและครูในโรงเรียนที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับพิพิธภัณฑ์เลือกจัดทัศนศึกษานอกสถานที่ที่พิพิธภัณฑ์ และการประชาสัมพันธ์ไปยังบริษัทท่องเที่ยวของต่างประเทศ ให้จัดการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แบบแคทมิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ลงในแผนการท่องเที่ยวประเทศไทย

กลยุทธ์ด้านบุคลากร (People)

บุคลากรที่ปฏิบัติงานในพิพิธภัณฑ์ทั้งหมด 3 คน ได้แก่ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์จำนวน 1 คน และเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์จำนวน 2 คน ซึ่งเป็นลูกจ้างประจำและเป็นคนในพื้นที่ ทำหน้าที่ตรวจสอบความเรียบร้อยและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวบริเวณร้านอาหารและเครื่องดื่ม และส่วนจำหน่ายของที่ระลึก แต่เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ไม่มีความรู้ในเรื่องของจัดแสดงและการใช้ภาษาต่างประเทศมากนัก เนื่องจากทางพิพิธภัณฑ์ไม่ได้มีบริการเจ้าหน้าที่นำชมพิพิธภัณฑ์ในสวนอาคารจัดแสดง มีเพียงเจ้าของพิพิธภัณฑ์ที่มีความรู้เกี่ยวกับของเล่นและของสะสมอย่างแท้จริง แต่เข้ามาดูแลพิพิธภัณฑ์เพียงบางวันเท่านั้น

กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)

ลักษณะการเข้าชมพิพิธภัณฑ์นั้นให้นักท่องเที่ยวเดินชมได้อย่างอิสระ โดยไม่มีเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์นำชมในส่วนจัดแสดง พิพิธภัณฑ์มีแผนผัง หรือ Directory Board แสดงการแบ่งส่วนห้องจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์อย่างชัดเจน อาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ ส่วนจัดแสดงของเล่นและของสะสมที่เกี่ยวข้องกับแบทแมน และส่วนจัดแสดงของเล่นและของสะสมจากหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์อื่นๆ ที่ได้รับความนิยมนอกเหนือจากแบทแมน เมื่อสิ้นสุดเส้นทางของส่วนจัดแสดงมีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งส่วนจำหน่ายของเล่นและของที่ระลึกให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์ขององค์กร (Physical Evidence)

พิพิธภัณฑ์มีการใช้โลโก้ที่ออกแบบให้คล้ายสัญลักษณ์แบทแมน การตั้งชื่อร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และชื่อเมนูต่างๆ สอดคล้องกับซูเปอร์ฮีโร่ การตกแต่งและออกแบบอาคารให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ความเป็นแบทแมนและซูเปอร์ฮีโร่ การจัดแสดงของเล่นและของสะสมนอกสถานที่ตามงานนิทรรศการต่างๆ และด้วยภาพลักษณ์ของการเป็นพิพิธภัณฑ์ของเล่นและของสะสมเกี่ยวกับแบทแมน อันดับ 1 ในเอเชีย ส่งผลให้มีนิตยสารและรายการโทรทัศน์มากมายสนใจเข้ามาทำรายการ และสัมภาษณ์เก็บข้อมูลของพิพิธภัณฑ์ นำไปเผยแพร่ในสื่อรูปแบบต่างๆ ทั้งจากในประเทศไทยและจากต่างประเทศ ทำให้พิพิธภัณฑ์มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักมากขึ้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis

ด้านจุดแข็ง (Strength)

จุดแข็งของพิพิธภัณฑ์แบทแมน มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ได้แก่ 1) เป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมของเล่นและของสะสมเกี่ยวกับแบทแมนได้มากที่สุดในเอเชีย 2) เป็นพิพิธภัณฑ์ของเล่นและของสะสมแบทแมนโดยเฉพาะเจาะจงแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย จึงมีความโดดเด่นและแปลกใหม่ 3) ของจัดแสดงมีทั้งรุ่นเก่าแก่และรุ่นใหม่ ครอบคลุมทุกยุคสมัยของแบทแมน 4) มีส่วนจัดแสดงของเล่นและของสะสมจากหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์อื่นๆ ที่เป็นนิยมนอกเหนือจากแบทแมน เพื่อให้ของจัดแสดงมีความหลากหลาย

ด้านจุดอ่อน (Weakness)

จุดอ่อนของพิพิธภัณฑ์แบทแมน มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ได้แก่ 1) อาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์มีขนาดที่จำกัด ไม่เพียงพอต่อการจัดแสดงของเล่นและของสะสมที่มีอยู่ทั้งหมดได้ของจัดแสดงจึงถูกวางอย่างเบียดเสียด 2) ป้ายแสดงประวัติและที่มาของของเล่นและของสะสมที่จัดแสดงมีไม่ทั่วถึง 3) ของจัดแสดงบางชิ้นถูกบดบังและแสงสว่างส่องไม่ทั่วถึง 4) ไม่มีพื้นที่เก็บของสำหรับการเก็บกล่องบรรจุภัณฑ์และของที่หมุนเวียนจัดแสดง 5) ท่าเลที่ตั้งไม่เป็นทางผ่านของเส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากไม่มีสถานท่องเที่ยวสำคัญที่อยู่บริเวณใกล้เคียง 6) ป้ายหยุดรถประจำทางอยู่ห่างจากพิพิธภัณฑ์เป็นระยะทางไกล ทำให้การเดินทางด้วยรถประจำ

ทางไม่สะดวกมากนัก 7) ผู้ซื้บรรลัญจรผ่านพิพิธภัณฑท์มักไม่ได้สังเกตบรรยากาศ 2 ข้างทาง เพราะต้องมีสมาธิจดจ่ออยู่กับวิสัยทัศน์บนถนน 8) ที่จอดรถของพิพิธภัณฑท์รองรับรถยนต์ได้ปริมาณน้อย

ด้านโอกาส (Opportunity)

โอกาสของพิพิธภัณฑท์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ได้แก่ 1) กระแสความนิยมตัวละครต่างๆจากภาพยนตร์แบทแมนและซูเปอร์ฮีโร่ 2) โครงการมิวส์พาส โดยสถาบันพิพิธภัณฑท์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.) ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑท์มากขึ้น

ด้านอุปสรรค (Threat)

อุปสรรคของพิพิธภัณฑท์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ได้แก่ 1) ปัญหาสภาพเศรษฐกิจชะลอตัว ทำให้คนส่วนใหญ่ต่างลดปริมาณการท่องเที่ยว 2) ปัญหาการชุมนุมทางการเมืองทำให้เกิดผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทย 3) ปัญหาการก่อเหตุความไม่สงบในพื้นที่กรุงเทพมหานครที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่กล้าเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 4) ทศคนคิตั้งลบของคนไทยต่อพิพิธภัณฑท์ที่มองว่าเป็นเพียงสถานที่น่าเบื่อ คนไทยจึงไม่ให้ความสนใจหรือเห็นความสำคัญของพิพิธภัณฑท์

อภิปรายผล

พิพิธภัณฑท์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์มีรูปแบบการดำเนินกิจการประเภทกิจการเจ้าของคนเดียว ซึ่งมีข้อดีคือ มีอิสระในการตัดสินใจบริหารจัดการและมีความคล่องตัวสูง แต่ปัญหาและอุปสรรคสำคัญที่พบคือ การจัดหาเงินทุนเพื่อพัฒนากิจการทำได้ยาก เพราะมีเงินทุนที่จำกัด และการกู้ยืมเงินจากภายนอกจำเป็นต้องใช้หลักประกัน การตัดสินใจในด้านการบริหารจัดการจากเจ้าของเพียงคนเดียว บางครั้งอาจเกิดการตัดสินใจที่ผิดพลาด อีกทั้งระยะเวลาดำเนินการของกิจการอาจไม่ยั่งยืน เพราะขึ้นอยู่กับสภาพเจ้าของกิจการเท่านั้น ซึ่งมีลักษณะคล้ายพิพิธภัณฑท์ Pollock's Toy Museum คือเมื่อผู้ก่อตั้งได้เสียชีวิตลง พิพิธภัณฑท์จึงจำเป็นต้องปิดกิจการสืบเนื่องจากขาดผู้ดูแลกิจการ จนกระทั่งมีผู้สืบทอดกิจการพิพิธภัณฑท์ต่ออีกครั้ง กิจการจึงสามารถกลับมาดำเนินงานต่อไปได้ ในขณะที่พิพิธภัณฑท์ MINT Museum of Toys และ ศูนย์ มิวเซียม เป็นรูปแบบกิจการห้างหุ้นส่วน หรือมิวเซียมสยาม ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑท์ที่สนับสนุนโดยภาครัฐบาล ทำให้พิพิธภัณฑท์เหล่านี้ไม่ติดปัญหาด้านเงินทุน และการจัดหาบุคลากรดูแลพิพิธภัณฑท์ ส่วนในด้านการบริหารจัดการย่อมมีประสิทธิภาพและรอบคอบมากกว่า เพราะมาจากการตัดสินใจร่วมกันจากเจ้าของหลายคน

กลยุทธ์การตลาด รวมไปถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดของพิพิธภัณฑท์แบทแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า ของจัดแสดงในพิพิธภัณฑท์มีความโดดเด่นเนื่องจากในประเทศไทยยังไม่มีพิพิธภัณฑท์ของเล่นแบบเฉพาะเจาะจงที่ตัวละครแบทแมนมาก่อน อีกทั้งของจัดแสดงมีความหลากหลาย และยังครอบคลุมทุกยุคสมัยของแบทแมน ทำให้ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑท์ทุกวัยสามารถระลึกถึงแบทแมนในแบบที่คุ้นเคยในช่วงเวลาของตนผ่านของจัดแสดงหลากหลายรูปแบบ การจัดอันดับของเล่นและของสะสมที่หายากและมีป้ายแสดงประวัติและที่มาให้ได้ศึกษาเป็นจุดที่ช่วยดึงดูดความสนใจแก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่ป้ายแสดงประวัติและที่มาเหล่านี้

ยังมีเพียงแค่ของจัดแสดงส่วนที่หายากเพียงไม่กี่ชิ้นเท่านั้น ของจัดแสดงในส่วนอื่นยังไม่ได้มีการจัดหมวดหมู่อย่างชัดเจน เนื่องจากติดปัญหาด้านพื้นที่และเงินทุนในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ ซึ่งหากกล่าวถึงความหมายของพิพิธภัณฑ์แล้ว พิพิธภัณฑ์เป็นสถานที่จัดแสดงวัตถุหรือสิ่งของเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้แก่สาธารณชน ดังนั้นพิพิธภัณฑ์จึงไม่ใช่เพียงสถานที่รวบรวมวัตถุและสิ่งของมาจัดแสดงเท่านั้น ควรจัดแบ่งหมวดหมู่ของจัดแสดง และเพิ่มป้ายแสดงประวัติและที่มาของจัดแสดงให้ทั่วถึง เพื่อให้ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ได้เกิดการศึกษาและเรียนรู้ผ่านของจัดแสดงเหล่านี้ ในส่วนจำหน่ายของที่ระลึกและร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มนั้น สามารถช่วยเพิ่มรายได้แก่พิพิธภัณฑ์อีกทางหนึ่ง ซึ่งหากกล่าวถึงร้านจำหน่ายของที่ระลึกของ MINT Museum of Toys แล้วพบว่า ของเล่นและของที่ระลึกที่จำหน่ายไม่ได้มีเพียงของที่หาซื้อได้ทั่วไปจากสถานที่อื่น หากแต่มีของเล่นและของที่ระลึกที่ออกแบบมาเป็นพิเศษเพื่อจำหน่ายในพิพิธภัณฑ์แห่งนี้เท่านั้น ซึ่งพิพิธภัณฑ์หลายแห่งในประเทศไทยก็ได้มีสินค้าเหล่านี้อยู่บ้าง เช่น พวงกุญแจ ไพรศณียบัตร เป็นต้น

ด้านราคาพบว่า พิพิธภัณฑ์กำหนดราคาบัตรเข้าชมในราคาถูก โดยไม่สามารถตั้งราคาบัตรเข้าชมให้เหมาะสมกับมูลค่าของจัดแสดงได้ เพราะราคาที่กำหนดในปัจจุบันคนไทยหลายคนยังมองว่าเป็นราคาที่สูงเมื่อเทียบกับพิพิธภัณฑ์อื่นที่สนับสนุนโดยหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งจะมีราคาบัตรเข้าชมที่ถูกมาก อาจมีราคาเพียงหลักสิบบาท หรือเข้าใช้บริการได้โดยไม่คิดมูลค่า ในขณะที่เมื่อเปรียบเทียบกับราคาหลักร้อยบาทต่อคน และบางครั้งนักท่องเที่ยวมักเป็นครอบครัว เมื่อรวมค่าใช้จ่ายจึงเป็นจำนวนเงินมาก ปัญหานี้ส่งผลให้รายได้ที่ได้รับแต่ละเดือนไม่เพียงพอต่อการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ หากเพียงใช้เพื่อจ่ายค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าจ้างเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ได้เท่านั้น ในส่วนราคาของที่ระลึกกำหนดราคาไม่แตกต่างจากร้านค้าทั่วไปมากนัก เพราะสินค้าหลายชิ้นมีจำหน่ายตามร้านค้าทั่วไป แต่หากเป็นของเล่นหรือของที่ระลึกที่จัดซื้อมาจากต่างประเทศหรือมีความหายาก ผลิตเป็นรุ่นพิเศษ มีจำนวนจำกัด จะกำหนดราคาแตกต่างตามความพิเศษ และปรับราคาตามตลาดเมื่อของชิ้นนั้นเลิกผลิตไป ทำให้มีราคาที่สูงขึ้น ส่วนอาหารและเครื่องดื่มที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์กำหนดราคาตามร้านค้าทั่วไป เพื่อให้นักท่องเที่ยวทุกระดับสามารถซื้อรับประทานได้ โดยราคาจะกำหนดให้เหมาะสมกับวัตถุดิบของอาหารและเครื่องดื่มนั้นๆ จะเห็นได้ว่าปัญหาด้านการกำหนดราคานั้นส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ หากแต่เดือนกิจการมีผลประกอบการที่ขาดทุน หรือไม่มียกประมาณเพื่อการพัฒนาและบำรุงรักษา ไม่นานพิพิธภัณฑ์ก็ไม่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้และต้องปิดตัวลง ซึ่งปัญหานี้ต่างเกิดขึ้นกับพิพิธภัณฑ์หลายแห่งในประเทศไทย

ด้านสถานที่พบว่า ท่าเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์เดินทางได้สะดวก เนื่องจากตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งมีรถประจำทางหลายสายผ่านหน้าพิพิธภัณฑ์ แต่ป้ายหยุดรถประจำทางกลับอยู่ไกลจากพิพิธภัณฑ์ ทำให้หากเดินทางด้วยรถประจำทางจะต้องเดินมายังพิพิธภัณฑ์เป็นระยะทางค่อนข้างไกล อีกทั้งถนนเส้นนี้มีระยะทางตรงที่สั้น มีสะพานข้ามคลอง และตั้งอยู่ใกล้สี่แยกใหญ่ ทำให้ผู้ขับรถผ่านถนนเส้นนี้มักไม่ทันสังเกตเห็นพิพิธภัณฑ์ เพราะต้องมีสมาธิจดจ่ออยู่กับเส้นทางบนถนน ส่งผลให้การรับรู้ของคนที่อยู่อาศัยและสัญจรในบริเวณนั้นต่อพิพิธภัณฑ์มีไม่มาก พิพิธภัณฑ์มีที่จอดรถให้บริการ ซึ่งปัจจุบันที่จอดรถเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการเลือกใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งการที่พิพิธภัณฑ์มีที่จอดรถที่รองรับรถยนต์ได้จำนวนน้อย อาจเกิดความไม่สะดวกเมื่อ

มีนักท่องเที่ยวมาจอตพร้อมกันจำนวนมาก และย่อมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้รถโดยสารขนาดใหญ่

ด้านการส่งเสริมการขายพบว่า การใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางสื่อสารข้อมูลของพิพิธภัณฑ์โดยตรง ช่วยเพิ่มการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากปัจจุบันสังคมออนไลน์มีความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะคนไทยที่มีปริมาณการใช้งานเฟซบุ๊กจำนวนมาก จึงสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกเพศทุกวัย การประชาสัมพันธ์ของเล่นและของสะสมที่มาใหม่ในพิพิธภัณฑ์อยู่ตลอด และมีกิจกรรมตอบคำถามชิงรางวัลผ่านทางเฟซบุ๊กของพิพิธภัณฑ์ โดยของรางวัลส่วนใหญ่คือบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมและช่วยเพิ่มความสนใจในพิพิธภัณฑ์มากขึ้น การแจกแผ่นพับของพิพิธภัณฑ์ในงานนิทรรศการของเล่นต่างๆ เป็นการช่วยเพิ่มการรับรู้อีกทางหนึ่ง และการประชาสัมพันธ์ไปยังบริษัทนำเที่ยวของต่างประเทศ ให้จัดการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์แบบแคทมิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ลงในแผนการท่องเที่ยวประเทศไทย โดยทำให้บริษัทนำเที่ยวมองว่าพิพิธภัณฑ์แห่งนี้เป็นจุดหมายหนึ่งที่สำคัญ ไม่ใช่แค่เป็นสถานที่ในละแวกเดียวกันกับสถานที่ท่องเที่ยวหลัก ดังเช่น พิพิธภัณฑ์เท็ดดี้แบร์ (Teddy Bear Museum) ของประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวหลักในการจัดแผนการท่องเที่ยว (สมชาย นิติมงคลชัย, 2558) การประชาสัมพันธ์เชิญชวนโรงเรียนที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงกับพิพิธภัณฑ์ให้เลือกจัดทัศนศึกษาออกสถานที่ที่พิพิธภัณฑ์ยังได้รับการตอบรับจากโรงเรียนนานาชาติเท่านั้น โรงเรียนอื่นในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการมักไม่ให้ความสนใจ ซึ่งเป็นเพราะทางโรงเรียนและครูยังมองว่าพิพิธภัณฑ์ของเล่นไม่ใช่สถานที่เรียนรู้เกี่ยวกับวิชาการมากนัก จึงเลือกที่จะทัศนศึกษาในพิพิธภัณฑ์เกี่ยวกับโบราณสถานและศิลปวัฒนธรรมเพื่อให้อวดคล้องกับกลุ่มวิชาประวัติศาสตร์ โดยมองข้ามไปว่าของเล่นเหล่านี้ช่วยสร้างจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ให้แก่เด็ก และสามารถเชื่อมโยงไปยังกลุ่มวิชาศิลปะและกิจกรรมสันทนาการได้

ด้านบุคลากรพบว่า เจ้าหน้าที่ในพิพิธภัณฑ์ทำหน้าที่เพียงดูแลในส่วนจำหน่ายบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ส่วนจำหน่ายของที่ระลึก และร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเท่านั้น เนื่องจากเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ยังขาดความรู้เกี่ยวกับของจัดแสดง และพิพิธภัณฑ์ยังไม่มีแผนจะจัดเจ้าหน้าที่ให้บริการนำชมในอาคารจัดแสดง ซึ่งจากที่ได้กล่าวไปแล้วว่าปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ได้ประสบปัญหาข้อจำกัดของขนาดพื้นที่อาคารจัดแสดง ทำให้ไม่สามารถจัดหมวดหมู่ และติดป้ายแสดงประวัติและที่มาของจัดแสดงได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นพิพิธภัณฑ์จึงสามารถใช้บริการพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่ให้มีความรู้ด้านของจัดแสดงเพื่อทดแทนปัญหาเหล่านี้ได้ เพื่อให้ตรงตามบทบาทของพิพิธภัณฑ์ในการเป็นสถานที่จัดแสดงวัตถุหรือสิ่งของให้เป็นที่สนใจ และสามารถถ่ายทอดความรู้แก่ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ได้

ด้านกระบวนการให้บริการพบว่า พิพิธภัณฑ์ติดตั้งเครื่องปรับอากาศครอบคลุมทุกพื้นที่ในพิพิธภัณฑ์ มีบริการเก้าอี้เพื่อเป็นจุดพักผ่อน การเปิดการ์ตูนหรือภาพยนตร์เพื่อสร้างบรรยากาศ การบริการห้องน้ำและที่จอดรถ ซึ่งการบริการและอำนวยความสะดวกเหล่านี้ให้แก่นักท่องเที่ยวย่อมทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์เกิดความประทับใจ ส่งผลให้เกิดการแนะนำต่อไปยังคนรู้จักและการกลับมาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ซ้ำในอนาคต แต่การให้นักท่องเที่ยวเข้าชมพิพิธภัณฑ์อย่างอิสระในสวนอาคารจัดแสดง โดยไม่มีเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์เป็นวิทยากรนำชมนั้นเป็นไปตามหลักพิพิธภัณฑ์ของเล่นหรือพิพิธภัณฑ์ศิลปะทั่วไป ซึ่งผู้ให้ความเห็นส่วนใหญ่มองว่าของจัดแสดงเหล่านี้ ผู้เยี่ยมชมแต่ละคนจะให้ความสนใจของจัดแสดงแต่ละชิ้นมากน้อยต่างกัน จึงต้องการความเป็นอิสระในการชม แต่

กระนั้นในบางโอกาสหากมีนักท่องเที่ยวเข้ามาชมพร้อมกันจำนวนมากอาจเกิดความวุ่นวายและไม่สะดวก จึงควรมีเจ้าหน้าที่บริการในส่วนนี้ตามความเหมาะสมในแต่ละสถานการณ์

ด้านภาพลักษณ์ขององค์กรพบว่า พิพิธภัณฑ์ได้รับชื่อเสียงจากการเป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมของเล่นและของสะสมเกี่ยวกับแบทแมนได้มากที่สุดในเอเชีย จากชื่อเสียงนี้ส่งผลให้มีรายการโทรทัศน์ นิตยสาร และสื่อต่างๆ ให้ความสนใจถ่ายทอดและประชาสัมพันธ์เรื่องราวของพิพิธภัณฑ์ไปยังสื่อต่างๆ ทั่วโลก ส่งผลให้พิพิธภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น อาคารของพิพิธภัณฑ์แม้จะออกแบบให้มีความสวยงามและน่าสนใจ แต่กลับถูกบดบังจากสะพานข้ามคลอง ทำให้พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ขาดความโดดเด่น คนที่อาศัยและสัญจรผ่านบริเวณพิพิธภัณฑ์หลายคนไม่เกิดการรับรู้ว่ามีพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ตั้งอยู่ ซึ่งเป็นปัญหาเดียวกันกับพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทอง ที่ขาดความโดดเด่นจากทำเลที่ตั้งซึ่งอยู่ในเขตพื้นที่ทำการอำเภออุทอง อีกทั้งยังถูกบดบังจากต้นไม้ใหญ่จำนวนมาก (ทศพล ว่องไวกลยุทธ์, 2556)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการใช้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดมาวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์การตลาด รวมไปถึงสภาพปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบันของพิพิธภัณฑ์ จะทำให้พิพิธภัณฑ์สามารถทราบว่าคุณสมบัติส่วนประสมทางการตลาดด้านใดที่มีความเหมาะสม หรือต้องมีการปรับปรุง และดำเนินการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อีสวต์ อยู่วิวัฒน์ (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานครว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ สิ่งอำนวยความสะดวกมีความเหมาะสมและเพียงพอ ด้านราคา ได้แก่ การกำหนดราคาที่ชัดเจน ราคามีความเหมาะสม ด้านช่องทางให้บริการ ได้แก่ สถานที่ให้บริการมีความปลอดภัย ทำเลที่ตั้งมีความชัดเจน หาได้ง่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การได้รับข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ การแถมบริการเสริมพิเศษ ด้านพนักงานผู้ให้บริการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่มีความรู้และความชำนาญเป็นอย่างดี เจ้าหน้าที่ให้การเอาใจใส่ดี ด้านกระบวนการให้บริการ ได้แก่ มีจำนวนเจ้าหน้าที่ให้บริการที่เพียงพอ โดยผู้รับบริการไม่เสียเวลารอคอย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ สถานบริการมีความสะอาด เป็นระเบียบ สวยงาม

ในส่วนการวิเคราะห์ตามแนวคิดเกี่ยวกับ SWOT Analysis นั้นพบว่า พิพิธภัณฑ์แบทแมนมิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ มีทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนมากพอๆกัน จุดแข็งในเรื่องความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ ความครอบคลุมและหลากหลายของของจัดแสดง และตัวพิพิธภัณฑ์เองที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ อีกทั้งชื่อเสียงจากการเป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมของเล่นและของสะสมเกี่ยวกับแบทแมนได้มากที่สุดในเอเชีย ในขณะที่มีจุดอ่อนที่สำคัญคือ ข้อจำกัดของขนาดพื้นที่พิพิธภัณฑ์ อันเป็นผลมาจากการขาดงบประมาณในการจัดหาพื้นที่เพิ่มเติม ซึ่งทำให้ปัจจุบันอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์มีพื้นที่ไม่เพียงพอต่อการจัดแสดงของเล่นและของสะสม เนื่องจากของเล่นและของสะสมมีการเพิ่มจำนวนอยู่ตลอด ทำให้ของจัดแสดงถูกวางรวมกันอย่างเบียดเสียดเกินไป คู่มือเป็นระเบียบและไม่สวยงาม ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับ Pollock's Toy Museum ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์ที่ใช้พื้นที่เพียงตึกแถวขนาดเล็กขนาด 1 คูหาเท่านั้น จุดอ่อนในส่วนทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ที่ยังไม่เหมาะสมมากนัก เพราะไม่ได้อยู่ในเส้นทางหรือพื้นที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งหากเลือกทำเลที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวดังเช่น พิพิธภัณฑ์ Art in Paradise หรือพิพิธภัณฑ์ Ripley's Believe It or Not! ย่อมมี

ปริมาณนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมจำนวนมากกว่า โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนเรื่องอุปสรรคและโอกาสนั้น จะเห็นว่าอุปสรรคมีมากกว่าโอกาส แม้ว่าปัจจุบันจะเรียกได้ว่าเป็นยุคทองแห่งภาพยนตร์ซูเปอร์ฮีโร่ ส่งผลให้โอกาสในการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายตามกระแสความนิยมภาพยนตร์แบทแมนและซูเปอร์ฮีโร่ได้ผลตอบรับที่ดี แต่ภาพยนตร์ซูเปอร์ฮีโร่ในแต่ละปีก็มีไม่บ่อยมากนัก กระแสความนิยมจึงมีเพียงระยะเวลาสั้นๆเท่านั้น ส่วนโครงการมิวส์พาสนั้นช่วยให้นักท่องเที่ยวสนใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์กันมากขึ้น โดยเหตุผลหลักคือความสนใจในความคุ้มค่าของราคาบัตรเข้าชมในจำนวนหลายพิพิธภัณฑ์ แต่ผลตอบรับส่วนใหญ่มักมาจากกลุ่มเป้าหมายที่สนใจท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์อยู่แล้วเท่านั้น ในขณะที่อุปสรรคที่สำคัญ คือ การชุมนุมทางการเมือง และการก่อเหตุความไม่สงบในกรุงเทพมหานครที่แม้ไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยนัก แต่มีผลกระทบที่รุนแรงและยาวนานทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงจำนวนมาก เพราะไม่กล้าเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อีกทั้งอุปสรรคในเรื่องทัศนคติแง่ลบของคนไทยต่อพิพิธภัณฑ์ ซึ่งหากกล่าวถึงคำว่า “พิพิธภัณฑ์” คนไทยหลายคนมักจะนึกภาพถึงสถานที่เก็บรวบรวมของเก่า เป็นสถานที่น่าเบื่อ ไม่น่าสนใจ หากลองเปรียบเทียบแล้ว ทุกวันห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งจะมีผู้คนเข้าใช้บริการอย่างหนาแน่น ในขณะที่พิพิธภัณฑ์ซึ่งห่างจากห้างสรรพสินค้าแห่งนั้นเพียงไม่ถึง 1 กิโลเมตร กลับไม่มีคนไทยรู้จัก อาจกล่าวได้ว่าคนไทยส่วนใหญ่ไม่เห็นคุณค่าในงานศิลปะ ซึ่งทัศนคติเหล่านี้ยากที่จะปรับเปลี่ยน หรือจะมองอีกด้านหนึ่งคือ เหตุที่ทัศนคติของคนไทยต่อพิพิธภัณฑ์เป็นเช่นนั้น เพราะพิพิธภัณฑ์หลายแห่งในประเทศไทยไม่ได้รับการดูแลและพัฒนาเท่าที่ควร ภาพลักษณ์พิพิธภัณฑ์จึงเป็นเพียงสถานที่น่าเบื่อ ที่ไม่มีผู้ใดให้ความสนใจ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การนำแนวคิด SWOT Analysis มาวิเคราะห์ถึงสถานภาพของพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคเพื่อหาแนวทางการพัฒนาและบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพนั้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ นรพรรณ วัฒนสุนทร (2554) ที่ได้วิจัยแนวทางการพัฒนาพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้ : กรณีศึกษามิวเซียมสยาม พบว่า การประเมินความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคต่อแนวทางการพัฒนามิวเซียมสยาม ด้านจุดแข็ง ได้แก่ ผลลัพธ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทางด้านประวัติศาสตร์ การจัดรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลายและทันสมัย และอาคารมีความสวยงามโดดเด่น ด้านจุดอ่อน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ไม่มีประสิทธิภาพ จำนวนมีคู่แข่งไม่เพียงพอ และของที่ระลึกไม่น่าสนใจ ด้านโอกาส ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ทางอ้อมจากสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงคือวัดโพธิ์และพระบรมมหาราชวัง และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐบาลและเอกชน ด้านอุปสรรค ได้แก่ ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจ และปัญหาความมั่นคงทางการเมือง ซึ่งสรุปได้ว่าการพัฒนาทรัพยากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายและเพิ่มศักยภาพของทรัพยากรให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่สำคัญ ดังนั้นจากการประเมินจุดแข็งโดยนักท่องเที่ยวนั้น ควรมีการส่งเสริมเพื่อช่วยเป็นแนวทางในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ต่อไป

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษา รูปแบบในการดำเนินกิจการ และกลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์แบทแคทมิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ผู้วิจัยได้พบข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของพิพิธภัณฑ์ ดังนี้

1. เนื่องจากพิพิธภัณฑ์ยังจัดแบ่งหมวดหมู่ของจัดแสดงไม่ชัดเจน อีกทั้งป้ายแสดงประวัติและที่มาของจัดแสดงยังไม่มีครอบคลุม พิพิธภัณฑ์จึงควรจัดแบ่งหมวดหมู่ของจัดแสดงให้เป็นระเบียบมากขึ้น และติดป้ายแสดงประวัติและที่มาของจัดแสดงให้ทั่วถึงเพื่อให้ผู้เยี่ยมชมได้เรียนรู้ประวัติความเป็นมาของของเล่นและของสะสมต่างๆได้อย่างครบถ้วน
2. พิพิธภัณฑ์จำหน่ายราคาบัตรเข้าชมสำหรับรายบุคคลเท่านั้น ควรเพิ่มการจำหน่ายบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์ราคาพิเศษสำหรับการเข้าชมเป็นครอบครัว หรือแบบหมู่คณะ เพื่อเป็นการเชิญชวนนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มให้สนใจเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์มากขึ้น
3. เนื่องจากปัจจุบันพิพิธภัณฑ์มีพื้นที่ไม่เพียงพอ จึงควรจัดหางบประมาณในการขยายพื้นที่อาคารจัดแสดงให้มากขึ้น เพื่อให้สามารถจัดแสดงของเล่นและของสะสมได้อย่างเป็นระเบียบ ไม่เบียดเสียดจนเกินไป และเพื่อรองรับของเล่นและของสะสมที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต
4. เนื่องจากปัจจุบันของจัดแสดงมีจำนวนมาก และถูกวางเบียดเสียดรวมกับกล่องบรรจุภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์จึงควรจัดหาพื้นที่เก็บของ สำหรับเก็บกล่องบรรจุภัณฑ์และของจัดแสดงหมุนเวียน เพื่อไม่ให้พื้นที่อาคารจัดแสดงต้องรับภาระมากเกินไป และเพื่อให้ของจัดแสดงสามารถจัดวางได้อย่างเป็นระเบียบและสวยงาม
5. พิพิธภัณฑ์ควรมีการจัดแสดงของเล่นและของสะสมแบบหมุนเวียนตามกระแสความนิยม หรือหนังสือการ์ตูนในขณะนั้น เพื่อเป็นการดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย และช่วยลดการใช้พื้นที่ในอาคารจัดแสดง อีกทั้งเป็นการทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาพิพิธภัณฑ์แล้วเกิดความสนใจในการเข้าชมซ้ำ เนื่องจากของจัดแสดงมีความหลากหลายและปรับเปลี่ยนอยู่ตลอด
6. เนื่องจากปัจจุบันที่จอดรถของพิพิธภัณฑ์มีพื้นที่ไม่เพียงพอ พิพิธภัณฑ์ควรขยายพื้นที่จอดรถเพิ่มเติม หรือจัดหาพื้นที่ใกล้เคียงสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว ในกรณีที่นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์พร้อมกันจำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการรถโดยสารขนาดใหญ่อาจเกิดความไม่สะดวก
7. เนื่องจากปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ยังประชาสัมพันธ์กับบริษัทนำเที่ยวของต่างประเทศไม่มากนัก จึงควรมีการประชาสัมพันธ์และติดต่อไปยังบริษัทนำเที่ยวของต่างประเทศที่มากขึ้นทั้งในเอเชีย และประเทศอื่นทั่วโลก โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีความคุ้นเคยกับแบทแมนและซูเปอร์ฮีโร่

8. พิพิธภัณฑ์มีเพียงเฟซบุ๊กที่เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ในโลกออนไลน์ ควรจัดทำเว็บไซต์ (Website) ของพิพิธภัณฑ์ เพื่อเพิ่มการรับรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย และเป็นการเพิ่มอีกหนึ่งช่องทางในการประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวทั่วโลก

9. เนื่องจากเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ยังไม่มีความรู้ในเรื่องของจัดแสดงที่เพียงพอ พิพิธภัณฑ์จึงควรจัดอบรมความรู้เกี่ยวกับของเล่นและของสะสมที่จัดแสดง รวมถึงการใช้ภาษาต่างประเทศแก่เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ เพื่อให้เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์สามารถแนะนำและอธิบายข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้

10. ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์บางส่วนมีความเห็นว่าควรมีเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลความรู้ด้านในอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ เพราะป้ายจัดแสดงข้อมูลและประวัติของจัดแสดงนั้นยังไม่ทั่วถึง พิพิธภัณฑ์จึงควรนำประเด็นนี้ไปศึกษาทบทวนการจัดการเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์มาให้บริการในส่วนอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์

11. เทคโนโลยีมัลติมีเดียเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ดีในการนำมาพัฒนาพิพิธภัณฑ์ เจ้าของพิพิธภัณฑ์อาจจัดหาเทคโนโลยีมัลติมีเดียต่างๆ เช่น ระบบเสียงบรรยายข้อมูลของจัดแสดงอัตโนมัติ (Audio Guide) การจัดทำแอปพลิเคชัน (Application) ของพิพิธภัณฑ์เพื่อใช้กับโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ทั้งนี้ต้องทำการศึกษาและเลือกใช้ให้เหมาะสม

12. เนื่องจากพื้นที่ทางเดินในอาคารจัดแสดงไม่กว้างมากนัก หากมีนักท่องเที่ยวเข้าชมพร้อมกันจำนวนมาก อาจเกิดความวุ่นวายและไม่สะดวก พิพิธภัณฑ์ควรจัดเจ้าหน้าที่เพื่อเป็นวิทยากรนำชมแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นหมู่คณะเพื่อความสะดวกมากขึ้น

13. พิพิธภัณฑ์ควรจัดกิจกรรมพิเศษตามเทศกาล และวันสำคัญต่างๆ เช่น วันเด็ก วันคริสต์มาส เป็นต้น เพื่อช่วยดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์มากขึ้น และยังเป็นการทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาพิพิธภัณฑ์แล้วเกิดความสนใจในการเข้าชมซ้ำ

14. เนื่องจากทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ถูกบดบังจากสะพานข้ามคลอง อีกทั้งผู้สัญจรผ่านบนถนนเส้นนี้มักไม่ทันสังเกตเห็นพิพิธภัณฑ์มากนัก เจ้าของพิพิธภัณฑ์จึงควรติดป้ายบอกทางมายังพิพิธภัณฑ์ อาจบอกเป็นระยะทางล่วงหน้าว่าอีกกี่กิโลเมตรจะถึงพิพิธภัณฑ์ เพื่อช่วยให้ผู้พบเห็นป้ายบอกทางเกิดความรับรู้และความสนใจพิพิธภัณฑ์มากยิ่งขึ้น และยังช่วยในการนำทางนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังพิพิธภัณฑ์ได้ถูกต้อง

15. กระแสความนิยมการถ่ายภาพเซลฟี (Selfie) ส่งผลให้นักท่องเที่ยวนิยมถ่ายภาพที่มีตนเองเป็นจุดเด่นในภาพ พิพิธภัณฑ์จึงควรจัดพื้นที่สำหรับถ่ายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ซึ่งปัจจุบันกำลังเป็นที่นิยมในหลายๆสถานที่ท่องเที่ยว เช่น การจำลองฉากในภาพยนตร์เพื่อการถ่ายรูป การทำหุ่นจำลองตัวละครต่างๆ สำหรับการถ่ายรูป เป็นต้น

16. พิพิธภัณฑ์ควรสร้างพันธมิตรที่ดีกับพิพิธภัณฑ์อื่น โดยเฉพาะพิพิธภัณฑ์ของเล่นด้วยกัน และการสร้างพันธมิตรกับธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้านจำหน่ายของเล่น ร้านหนังสือการ์ตูน ร้าน

จำหน่ายสื่อภาพยนตร์ เป็นต้น เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์หรือร่วมกันสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน

17. จากปัญหาและอุปสรรคที่พบ ส่วนหนึ่งต้องใช้งบประมาณจำนวนมากในการปรับปรุงและแก้ไข พิพิธภัณฑ์จึงควรให้ภาครัฐและภาคเอกชนเห็นถึงความสำคัญของพิพิธภัณฑ์ และชี้แจงถึงปัญหาและอุปสรรคที่พบ เพื่อช่วยให้เกิดการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาและปรับปรุงพิพิธภัณฑ์ให้ดีขึ้น นำไปสู่การยกระดับพิพิธภัณฑ์แบบแคท มิวเซียม แอนด์ ทอยส์ ไทยแลนด์ ให้เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและโดดเด่นของประเทศไทยต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ของเล่นในประเทศไทย
2. ควรมีการศึกษาเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย



รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- จิรา จงกล. (2518). **พิพิธภัณฑ์สถานวิทยา**. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร.
- ทศพล ว่องไวกลยุทธ์. (2556). **การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติอุทู่ทอง อำเภอกู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี**. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นรพรรณ วัจนสุนทร. (2554). **แนวทางการพัฒนาพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้ : กรณีศึกษามิวเซียมสยาม**. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นันทิยา หุตานุกวัตร และณรงค์ หุตานุกวัตร. (2545). **SWOT การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน**. อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- นิคม มุสิกคามะ และกุลพันธาดา แสนศักดิ์. (2510). **วิชาการพิพิธภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปรัชญา ธนาภักษ์ไพศาล. (2550). **ศึกษาทัศนระของครูผู้สอนศิลปะระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครต่อบทบาทของพิพิธภัณฑ์ศิลปะและวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรชัย ตระกูลทิวาร. (2558, 27 ธันวาคม). สัมภาษณ์.
- พาชื่น ติวานนท์. (2548). **พิพิธภัณฑ์ของเล่น**. กรุงเทพมหานคร : สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิพิธภัณฑ์ตูนนี่ มิวเซียม. (2558). **ตูนนี่ มิวเซียม**. เข้าถึงเมื่อ 21 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.tooneymuseum.com>
- พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น เกริก ยุ้นพันธ์. (2558). **พิพิธภัณฑ์ล้านของเล่น เกริก ยุ้นพันธ์**. เข้าถึงเมื่อ 20 พฤศจิกายน. เข้าถึงได้จาก <http://www.milliontoymuseum.com>
- ยุพิน เตชะมณี. (2524). **เอกสารภาควิชาบรรณารักษศาสตร์**. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542**. กรุงเทพฯ : บริษัท นานมีบุ๊คส์ จำกัด.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

สมชาย นิติมงคลชัย. (2558, 27 ธันวาคม). สัมภาษณ์.

สันติภาพ คำสะอาด. (2553). **การพัฒนาารูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑ์ศิลปกรรมท้องถิ่นภาคอีสาน.**
มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

สุภาวดี คุณยศยิ่ง. (2550). **การผลิตและกลยุทธ์การตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจฟาร์มกล้วยไม้
เพื่อการท่องเที่ยวในอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อมรา อินทจักร. (2550). **ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านศรี
ดงเย็น ตำบลบ้านช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อเนก นาวิกมูล. (2539). **ของเล่นแสนรัก.** กรุงเทพฯ : โнора.

อิสวต์ อยู่วิวัฒน์. (2553). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายในเขตกรุงเทพมหานคร.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.

ภาษาอังกฤษ

Belk, Russell W. (1995a). "Collecting as luxury consumption: effects on individuals
and households." *Journal of Economic Psychology* 4, 16 (February) : 77-90.

_____. (1995b). *Collecting in a Consumer Society.* London : Routledge.

Biochel, Bill. (1991). *The Many Lives of the Batman: Critical Approaches to a
Superhero and His Media.* London : Routledge.

Daniels, L. (2003). *DC Comics : A Celebration of the World's Favorite Comic Book
Heroes.* New York : Billboard Books.

Denzin, N. K. (1970). *The Research Act in Sociology.* Chicago : Aldine.

ICOM. (2004). *Development of the Museum Definition according to ICOM
Statutes.* Accessed March 24. Available from <http://icom.museum>

Kotler, Philip. (2002). *Marketing Management: Custom Edition for University of
Phoenix.* Maryland : Pearson Custom Publishing.

Mark, S. Reinhart. (2005). *The Batman Filmography : Live-Action Features, 1943-
1997.* London : McFarland.

MINT Museum of Toys. (2015). **MINT Museum of Toys**. Accessed November 20.
Available from <http://www.emint.com>

Pollock's Toy Museum. (2015). **Pollock's Toy Museum**. Accessed November 19.
Available from <http://pollockstoys.com>

William, E. Ramey. (2015). **Batman on Film**. Accessed November 21. Available from
<http://www.batman-on-film.com>

Wright, B. (2001). **Comic Book Nation**. Baltimore : John Hopkins.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยศิลปากร



ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

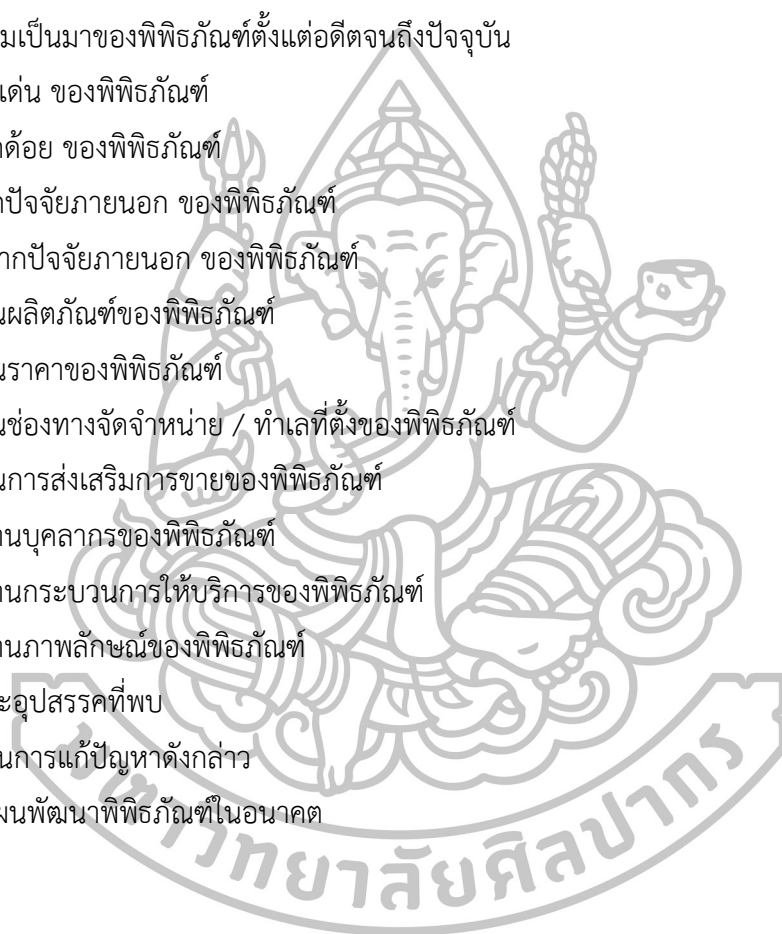
แนวคำถามสัมภาษณ์สำหรับเจ้าของฟิฟิธภัณฑ์ และผู้จัดการฟิฟิธภัณฑ์

วันที่ให้สัมภาษณ์: _____ เวลา: _____

สถานที่: _____

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์: _____

1. ประวัติความเป็นมาของฟิฟิธภัณฑ์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
2. จุดแข็ง/จุดเด่น ของฟิฟิธภัณฑ์
3. จุดอ่อน/จุดด้อย ของฟิฟิธภัณฑ์
4. โอกาส จากปัจจัยภายนอก ของฟิฟิธภัณฑ์
5. อุปสรรค จากปัจจัยภายนอก ของฟิฟิธภัณฑ์
6. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของฟิฟิธภัณฑ์
7. กลยุทธ์ด้านราคาของฟิฟิธภัณฑ์
8. กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย / ทำเลที่ตั้งของฟิฟิธภัณฑ์
9. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายของฟิฟิธภัณฑ์
10. กลยุทธ์ด้านบุคลากรของฟิฟิธภัณฑ์
11. กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการของฟิฟิธภัณฑ์
12. กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์ของฟิฟิธภัณฑ์
13. ปัญหาและอุปสรรคที่พบ
14. แนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าว
15. การวางแผนพัฒนาฟิฟิธภัณฑ์ในอนาคต



แนวคำถามสัมภาษณ์สำหรับเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์

วันที่ให้สัมภาษณ์: _____ เวลา: _____

สถานที่: _____

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์: _____

1. ประวัติความเป็นมาของพิพิธภัณฑ์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน
2. จุดแข็ง/จุดเด่น ของพิพิธภัณฑ์
3. จุดอ่อน/จุดด้อย ของพิพิธภัณฑ์
4. โอกาส จากปัจจัยภายนอก ของพิพิธภัณฑ์
5. อุปสรรค จากปัจจัยภายนอก ของพิพิธภัณฑ์
6. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์
7. กลยุทธ์ด้านราคาของพิพิธภัณฑ์
8. กลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย / ทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์
9. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายของพิพิธภัณฑ์
10. กลยุทธ์ด้านบุคลากรของพิพิธภัณฑ์
11. กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการของพิพิธภัณฑ์
12. กลยุทธ์ด้านภาพลักษณ์ของพิพิธภัณฑ์
13. ปัญหาและอุปสรรคที่พบ
14. แนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าว



แนวคำถามสัมภาษณ์สำหรับนักท่องเที่ยว/ผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์

วันที่ให้สัมภาษณ์: _____ เวลา: _____

สถานที่: _____

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์: _____

1. เหตุใดท่านจึงสนใจในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์
2. อะไรเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้ท่านสนใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์แห่งนี้
3. ท่านทราบข้อมูลการประชาสัมพันธ์จากที่ใด
4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับของจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์
5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับราคาบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์
6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับอาคารสถานที่และทำเลที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์
7. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับกิจกรรมการส่งเสริมการขายของพิพิธภัณฑ์
8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่ในพิพิธภัณฑ์
9. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับกระบวนการให้บริการของพิพิธภัณฑ์
10. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในพิพิธภัณฑ์
11. ท่านพบปัญหาและอุปสรรคใดบ้างในการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์
12. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรบ้างต่อพิพิธภัณฑ์แห่งนี้







ลักษณะด้านหน้าทางเข้าของพิพิธภัณฑ์



ลักษณะภายในอาคารจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์



รถแบทแมนจำลองขนาดเท่าของจริง



กระปุกออมสินเซรามิกแบทแมนซึ่งเป็นของสะสมชิ้นแรกของเจ้าของพิพิธภัณฑ์



ส่วนจำหน่ายบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์และของที่ระลึก



ตู้แสดงสินค้าที่จัดจำหน่ายเพื่อเป็นของที่ระลึก



ป้ายแสดงเมนูอาหารและเครื่องดื่มที่จัดจำหน่าย



ป้ายเชิญชวนการติดตามเฟซบุ๊กของพิพิธภัณฑ์



บรรยากาศการสัมภาษณ์เจ้าของพิพิธภัณฑ์



บรรยากาศการสัมภาษณ์ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	พิชญ์ดนุ ภู่ทอง
ที่อยู่	40/25 ม.1 ถ.บางกรวย-ไทรน้อย ต.บางกร่าง อ.เมือง จ.นนทบุรี
ที่ทำงาน	บริษัท วายไอซี เอเชีย แปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น จำกัด
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2556	สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี คณะวิทยาลัยเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ภาควิชาเทคโนโลยีวิศวกรรมเครื่องกล สาขาวิชาเทคโนโลยีวิศวกรรมแม่พิมพ์และเครื่องมือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
พ.ศ.2557	ศึกษาต่อปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ.2556	ทำงานที่บริษัท เมินเทล จำกัด ในตำแหน่งวิศวกร
พ.ศ.2557-ปัจจุบัน	ทำงานที่บริษัท วายไอซี เอเชีย แปซิฟิก คอร์ปอเรชั่น จำกัด ในตำแหน่งวิศวกรฝ่ายออกแบบและพัฒนา

