



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อ
การท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่ภูเก็ต พังงา และกระบี่
Development of Local Souvenirs to Sustainable Tourism in
Phuket, Phang Nga and Krabi

คณะผู้วิจัย
แสนศักดิ์ ศิริพานิช
นิโอะ นิมุ
ศรียุทธ เกตุเมือง

สำนักประสานงานการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
30 กันยายน 2547

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อ
การท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่ภูเก็ต พังงา และกระบี่
Development of Local Souvenirs to Sustainable Tourism in
Phuket, Phang Nga and Krabi

คณะผู้วิจัย

สังกัด

- นายแสนศักดิ์ ศิริพานิช มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
วิทยาเขตภูเก็ต
- นายนิโอะ นิมุ สำนักงานการศึกษาออกโรงเรียน
จังหวัดภูเก็ต
- นายศรัทธ เกตุเมือง สำนักงานการศึกษาออกโรงเรียน
จังหวัดภูเก็ต

สนับสนุนโดย

สำนักประสานงานการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(ความเห็นของรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยเล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ต้องขอขอบคุณรองศาสตราจารย์มนัสชัยสวัสดิ์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต ที่เป็นผู้จุดประกายแนวคิดและให้คำแนะนำในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้และขอขอบคุณ ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง ผู้ประสานงานและคณะเจ้าหน้าที่สำนักประสานงานพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ที่ได้ให้คำปรึกษาและคอยช่วยประสานในเรื่องต่างๆ ที่เป็นการสนับสนุนให้การวิจัยในครั้งนี้สำเร็จได้ รวมทั้งผู้ทรงคุณวุฒิที่ไม่อาจกล่าวในที่นี้ได้หมดที่ได้กรุณาใช้เวลาให้ข้อคิดเห็นและคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างมากต่อการทำวิจัย นอกจากนี้คณะวิจัยขอขอบคุณ พัฒนาการประจำอำเภอและจังหวัดในเขตพื้นที่จังหวัด ภูเก็ต พังงา และ กระบี่ ที่อำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้

ขอขอบคุณคณะผู้บริหารสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ที่ได้สนับสนุนทุนอุดหนุนในการวิจัย และที่สำคัญที่สุดคณะวิจัยขอขอบคุณนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตลอดจนผู้ผลิตและผู้จำหน่ายของที่ระลึกที่เสียสละเวลาให้ข้อมูลกับงานวิจัยประโยชน์ที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ขอขอบแต่ผู้มีพระคุณทุกท่าน ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

คณะวิจัย

30 กันยายน 2547

ชื่อเรื่องงานวิจัย	โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่ ภูเก็ต พังงา และกระบี่
คณะผู้จัดทำ	นายแสนศักดิ์ ศิริพานิช นายนิโอะ นิมุ นายศรวิรัช เกตุเมือง
แหล่งทุน	สำนักประสานงานการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยว เชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนสำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย

บทคัดย่อ

โครงการการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาถึงประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสม ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ รวมทั้งศึกษาถึงความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นและความต้องการของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผ้าทอพื้นเมือง ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย และเครื่องประดับไข่มุก ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ ราคาเหมาะสม คุณภาพของสินค้า และการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองจังหวัดพังงา ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย ผ้าทอพื้นเมือง และเครื่องประดับไข่มุก ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ คุณภาพของสินค้า ความสวยงาม และการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองจังหวัดกระบี่ ที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้แก่ ผ้าทอพื้นเมือง สิ่งประดิษฐ์แกะสลัก และภาพเขียน-พิมพ์ ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ ความสวยงาม คุณภาพของสินค้า การออกแบบ และราคาเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นและความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยอาศัยข้อมูลทางพฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าที่ผู้ผลิตจำเป็นต้องพิจารณาถึงความแตกต่างของนักท่องเที่ยวด้วยกัน ตลอดจนควรให้การศึกษาดูงานและฝึกอบรมเพิ่มเติมและการฝึกทักษะด้านอาชีพที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

คำหลัก : ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง การท่องเที่ยวยั่งยืน

Research Topic	Development of Local Souvenirs to Sustainable Tourism in Phuket, Phang Nga and Krabi
Research Team	Mr. Saensak Siriphanich Mr. Nioh Nimu Mr. Srirat Katmuang
Funding Agency	Area-Based Tourism Research Centre for Sustainable Tourism Development. The Thailand Research Fund

Abstract

The research on the topic of “Development of Local Souvenirs to Sustainable Tourism in Phuket, Phang Nga and Krabi” aims to find out how to develop local souvenir products for sustainable tourism in Phuket, Phang Nga and Krabi.

Firstly, the finding showed that, local souvenirs in Phuket which can be developed to be the souvenir product for tourist are Textile products, Shell products, and Pearl products. Product development should be considered about Reasonable price ,Quality of products, and Design of products. Those are according to the tourist interests although the level of demand on local souvenir is in middle rate.

Secondly, local souvenirs in Phang Nga which can be developed to be the souvenir product for tourist are Shell products, Textile products, and Pearl

products. Product development should be considered about Quality of products, Beauty of products, and Design of products. Those are according to the tourist interests although the level of demand on local souvenir is in middle rate.

Thirdly, local souvenirs in Krabi which can be developed to be the souvenir product for tourist are Textile products, Carving and fret work, and Painting/drawing. Product development should be considered about Beauty of products, Quality of products, Design of products, and Reasonable price. Those are according to the tourist interests although the level of demand on local souvenir is in middle rate.

To develop local souvenir products, the government must have clear policy and target to develop local souvenir products to conform with local resources and the demand of the tourists. The local souvenir producer should consider about buying behavior of the consumer and the difference of the tourists around the world. The producer and the retailer should be trained and practiced about the professional system of local souvenir products in Phuket, Phang Nga and Krabi.

Keyword: Local Souvenirs, Sustainable Tourism

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญของโครงการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 คำถามหลักของการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตในการศึกษา	4
1.5 นิยามศัพท์	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับของที่ระลึก	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง	6
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์	7
2.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่	9
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	20
3.1 วิธีการศึกษา	20
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	20
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	22
3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ	24
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	24
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	25
บทที่ 4 ผลการวิจัยและการอภิปรายผล	26
4.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต	26

4.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดพังงา	32
4.3 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดกระบี่	37
4.4 ผลการวิจัยในส่วนของผู้จำหน่ายและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกพื้นเมืองในเขตพื้นที่ ภูเก็ต พังงา และ กระบี่	43
บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ	54
5.1 สรุปจังหวัดภูเก็ต	54
5.2 สรุปจังหวัดพังงา	55
5.3 สรุปจังหวัดกระบี่	56
5.4 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย	58
5.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	58
5.4.2 ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	59
5.4.3 ด้านผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ	60
5.4.4 ด้านผู้จำหน่ายหรือร้านค้า	60
5.4.5 ด้านภาคีภาครัฐ	60
5.5 สรุปข้อเสนอแนะ	62
5.6 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	62
บรรณานุกรม	63
ภาคผนวก	65
ประวัติผู้วิจัย	65
เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	67
(1) แบบสอบถามนักท่องเที่ยว (ภาษาไทย)	
(2) แบบสอบถามนักท่องเที่ยว (ภาษาอังกฤษ)	
(3) แบบสอบถามผู้ผลิต	
(4) แบบสอบถามผู้จำหน่าย	

สารบัญตาราง

ตารางที่ 4.1.1	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	26
ตารางที่ 4.1.2	เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของ นักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	28
ตารางที่ 4.1.3	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ได้รับความนิยม การซื้อสินค้า และเหมาะสมกับพื้นที่ จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต	29
ตารางที่ 4.1.4	ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว ในจังหวัด ภูเก็ต	31
ตารางที่ 4.2.1	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงา	32
ตารางที่ 4.2.2	เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดพังงา	34
ตารางที่ 4.2.3	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ได้รับความนิยม การซื้อสินค้า และเหมาะสมกับพื้นที่ จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา	35
ตารางที่ 4.2.4	ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดพังงา	36
ตารางที่ 4.3.1	ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดกระบี่	37
ตารางที่ 4.3.2	เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดกระบี่	39
ตารางที่ 4.3.3	ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ได้รับความนิยม การซื้อสินค้า และเหมาะสมกับพื้นที่ จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่	40
ตารางที่ 4.3.4	ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว ในจังหวัดกระบี่	42
ตารางที่ 4.4.1	ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการ ของผู้จำหน่าย	43
ตารางที่ 4.4.2	การส่งเสริมหรือช่วยเหลือหน่วยงานของรัฐเพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจ ของที่ระลึกให้ตรงกับความต้องการของผู้จำหน่าย	45
ตารางที่ 4.4.3	ปัญหาที่ผู้จำหน่ายกำลังประสบอยู่ในสภาวะปัจจุบันและต้องการ ความช่วยเหลือในการพัฒนาธุรกิจของที่ระลึก	47

ตารางที่ 4.4.4	การใช้ข้อมูลของผู้ผลิตในการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการ ของผู้ซื้อและนักทอ่งเที่ยว	50
ตารางที่ 4.4.5	การส่งเสริมหรือช่วยเหลือผู้ผลิตจากหน่วยงานของรัฐเพื่อเป็น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	51
ตารางที่ 4.4.6	ปัญหาที่ผู้ผลิตกำลังประสบอยู่ในสภาวะปัจจุบันและการต้องการ ความช่วยเหลือในการพัฒนาการผลิตสินค้า	52

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญของโครงการวิจัย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่หลากหลายประเทศหนึ่งในโลก ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้เข้ามาเที่ยวประเทศไทยได้เป็นจำนวนมากและนักท่องเที่ยวชาวไทยเที่ยวไปตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในประเทศ จนพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมหลักในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งนำไปสู่โอกาสในการจ้างงานกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนและเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นเมื่อมีผลกระทบใดต่อการท่องเที่ยวผลกระทบนั้นก็จะมีผลกระทบต่อประชาชนและเศรษฐกิจด้วย

หากมองย้อนดูประเทศไทยได้ใช้ชื่อเสียงในด้านศิลปวัฒนธรรม เอกลักษณ์ความเป็นไทย น้ำใจไมตรี ความเป็นมิตร ที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก และทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม มีความอุดมสมบูรณ์น่าตื่นตาตื่นใจสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เป็นจุดขายมาโดยตลอด โดยสิ่งที่ตามมากับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาจะเป็นการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวที่ไร้ทิศทาง ไม่มีการวางแผนที่ดี ผู้ประกอบการส่วนมากขาดความรับผิดชอบในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมจนเกินไป และการขาดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมของชุมชน ตลอดจนขาดการส่งเสริมในการให้ความรู้ที่มีพื้นฐานข้อมูลที่ถูกต้องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

จากการประชุมเชิงปฏิบัติการครั้งที่ 1 เรื่องชุดโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ใน 3 จังหวัดชายฝั่งอันดามัน ภูเก็ต พังงา และกระบี่ โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ในวันที่ 13 มิถุนายน 2546 ได้เน้นสรุปในการดูแลและรักษาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Supply) เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable development) ทั้งนี้ เอกสารประกอบการประชุมฯ เรื่องภาพรวมด้านโครงสร้างและนโยบายพัฒนา โดย รองศาสตราจารย์มนัส ชัยสวัสดิ์ดีระบุว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เสนอแนวทางพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติที่ควรร่วมกันกำหนดและส่งเสริมคือวิสัยทัศน์ระยะกลางให้แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Destination) ไปสู่การท่องเที่ยวระดับโลก (World Class Destination) และวิสัยทัศน์ระยะยาวให้เป็นการท่องเที่ยวยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยเน้นการเพิ่มขึ้นของอัตราการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว ซึ่งมียุทธศาสตร์ที่ต้องมีการ

ปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวควบคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมียุทธวิธีที่ให้นักท่องเที่ยวอยู่นานขึ้นเพื่อใช้จ่ายในสวนการพักอาศัย อาหารการกิน มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากขึ้น มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้เลือกซื้อเป็นของฝากหรือเป็นที่ระลึกให้มีคุณภาพและคุณค่า รายได้จากการขายสินค้าที่ระลึกให้กับนักท่องเที่ยว ถือเป็นรายได้หลักอย่างหนึ่งในธุรกิจการท่องเที่ยว โดยจากการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทยในปี พ.ศ. 2533-2535 พบว่าค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกและอื่นๆ มีประมาณร้อยละ 38.83, 33.21, และ 40.18 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด (วรรณา วงษ์วานิช. 2539) ในรายงานสรุปผู้บริหารจังหวัดภูเก็ตซึ่งจัดทำโดยบริษัทข้อมูลผู้จัดการ (2537) ได้ประมาณการค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวอยู่ในอัตราร้อยละ 20 ของค่าใช้จ่ายรวม ซึ่งมีข้อจำกัดคือยังไม่มีของพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ของคนภูเก็ตที่ดึงดูดการซื้อและผู้ประกอบการเกิดใหม่มากขึ้นขาดความชำนาญในการดำเนินการ อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2544 จังหวัดภูเก็ตมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศรวม 3,789,660 คน มีรายได้จากธุรกิจการท่องเที่ยวประมาณ 69,670 ล้านบาท (สำนักงานสถิติจังหวัดภูเก็ต. 2545)

สินค้าที่ระลึกที่เป็นของพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ตค่อนข้างหายากที่มีชื่อก็เป็นพวกผลิตภัณฑ์เปลือกหอยและมุก ส่วนในจังหวัดพังงาจะเป็นผลิตภัณฑ์อาหารทะเลและเครื่องจักสาน ที่กระป๋มีคุณค่าคล้ายคลึงกันทั้งเปลือกหอย เครื่องจักสานและผ้าบาติก งานวิจัยพบว่าส่วนใหญ่สินค้าที่ระลึกผลิตในครัวเรือนจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงด้านการผลิตคุณภาพการออกแบบและกระบวนการผลิตต่างๆเกี่ยวกับสินค้าที่ระลึก (อภิกรมย์ พรหมจรรยา และ ชูติมา ต่อเจริญ. 2539)

แม้ว่าสัดส่วนการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในการซื้อของที่ระลึกอยู่ในอันดับที่สูงจากค่าใช้จ่ายต่างๆที่นักท่องเที่ยวจ่ายทั้งหมดในการเดินทางมาเที่ยวแต่ละครั้งซึ่งก่อให้เกิดรายได้ให้กับครัวเรือน ชุมชน ท้องถิ่นมากก็ตาม หากต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในลักษณะที่สามารถนำมาเป็นอาชีพอย่างแท้จริงอันเป็นหน่วยการผลิตพื้นฐานซึ่งสามารถพัฒนาได้เป็นอุตสาหกรรมขนาดย่อม(SMEs) ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดที่ถูกต้อง ต้องได้รับการวางแผนอย่างเป็นระบบ จากหนังสือสรุปสาระสำคัญของ Agenda 21 ในเรื่องสิ่งแวดล้อมกับการพัฒนาเน้นว่า

“ประชาชนในท้องถิ่นจำเป็นต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการคุ้มครองและจัดการทรัพยากรธรรมชาติในลักษณะที่ยั่งยืน.....มีส่วแบ่งปันผลประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ ในภูมิภาคของตน ประชาชนต้องได้รับการศึกษาและฝึกอบรมเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ทั้งนี้ สามารถดำเนินการผ่านศูนย์ฝึกอบรมของชุมชนนั้นๆและมีการเชื่อมโยงระหว่างชุมชนเพื่อแลกเปลี่ยนความชำนาญการ(Expertise) ซึ่งกันและกัน” (Keating,2537)

ดังนั้นการวางแผนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่มรายได้ โดยสามารถรักษาทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างชาญฉลาด มีความจำเป็นในการส่งเสริมให้ ความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่นในรูปแบบการพัฒนาฝึกอบรมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ การให้ความรู้ในการเพิ่มผลผลิตหรือให้การฝึกทักษะด้านอาชีพที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ ระลึกพื้นเมือง แต่การที่จะกำหนดนโยบาย หลักสูตร และรูปแบบความรู้หรือการพัฒนา ใดๆแก่ประชาชนในท้องถิ่นควรมีการศึกษาวิจัยเชิงพื้นที่ นำผลวิจัยที่ได้มาเผยแพร่แก่ สาธารณะเพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์หรือเชิงนโยบายเพื่อส่วนรวมและเป็นแนวทางการ วางแผนการสร้างจุดยืนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมในพื้นที่ จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาถึงประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสม ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
2. เพื่อศึกษาถึงความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่
3. เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสม และสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นและความต้องการของนักท่องเที่ยวใน พื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

1.3 คำถามหลักของการวิจัย

1. จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ สินค้าพื้นเมืองประเภทและรูปแบบใดบ้าง ที่ สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การ ท่องเที่ยว

2. จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองมากน้อยเพียงใด
3. จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ภาคที่เกี่ยวข้องทั้งภาคประชาชน ภาครัฐและภาคเอกชน สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองให้มีเหมาะสมและสอดคล้องกับการท่องเที่ยวยั่งยืนได้อย่างไร

1.4 ขอบเขตในการศึกษา

ในการกำหนดขอบเขตการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการ 3 ประการดังนี้

1. การจำกัดขอบเขตโดยลักษณะทางภูมิศาสตร์ กล่าวคือผู้วิจัยเลือกศึกษาใน 3 จังหวัด ภูเก็ต พังงา และ กระบี่เท่านั้น ซึ่งเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีธุรกิจท่องเที่ยวในเติบโตในอัตราสูง
2. การจำกัดขอบเขตโดยลักษณะประชากร โดยจะศึกษานักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศซึ่งสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้โดยแบ่งสัดส่วนตามข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. การจำกัดขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยจะใช้เวลาในการศึกษาและเก็บข้อมูลในช่วงฤดูการท่องเที่ยวในช่วงเดือนมีนาคม – เดือนมิถุนายนเพราะสามารถเก็บข้อมูลได้อย่างเต็มที่

1.5 นิยามศัพท์

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ที่นำมาเป็นสินค้าเพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์ในท้องถิ่นซึ่งทำให้ผู้มาเยือนระลึกถึงในถิ่นกำเนิดของได้เสมอ โดยมักจะทำวัสดุที่มีภายในท้องถิ่นมาดัดแปลงเป็นสินค้า มักเป็นอุตสาหกรรมภายในครัวเรือน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์และเคารพในกฎระเบียบของสถานที่นั้น เป็นเพียงการมาเยี่ยมชมและเก็บความทรงจำกลับไป ไม่ได้ทำลายสภาพแวดล้อมให้เสื่อมโทรมลง อีกทั้งยังได้เรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและช่วยกันอนุรักษ์ให้คงอยู่ในสภาพนั้นสืบต่อไป

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพและมีความทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และ

ตอบสนองกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อันจะก่อให้เกิดความพึงพอใจทั้งต่อฝ่ายผู้ผลิตและผู้บริโภค

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างหนึ่ง อีกทั้งเป็นยุทธศาสตร์อย่างหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การผลิตของที่ระลึกพื้นบ้านเป็นการนำเอาฝีมือแรงงาน ภูมิปัญญาชาวบ้าน เอกลักษณ์ไทยและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ถึงแม้ทรัพยากรบางอย่างอาจดูไม่มีค่าแต่เมื่อนำมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง ก็สามารถมีคุณค่ากับนักท่องเที่ยวได้ และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นได้

1. ทำให้ทราบประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองใดที่ควรค่าแก่การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

2. ทำให้ทราบความสนใจ ความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง เพื่อเป็นการส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องที่น่ามาศึกษาวิจัยว่ามีอยู่อย่างไร ซึ่งนำมาเสนอเป็นลำดับดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับของที่ระลึก

ของที่ระลึก(Souvenirs) เป็นทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญอย่างหนึ่ง โดยเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินมากที่สุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2532) เพราะนอกจากจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชน ยังเป็นการเน้นย้ำให้นักท่องเที่ยวระลึกถึงเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆที่ได้มาจากการท่องเที่ยวในทีมนั้นๆ ซึ่งขอบข่ายในการพิจารณาว่าสิ่งใดเป็นของที่ระลึกหรือไม่ ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขในการนำไปใช้หรือกระตุ้นเตือนความจำมากกว่า ทั้งนี้รองศาสตราจารย์วรรณ วรชวานิช (2539 : 39) ได้ชี้ว่าร้านขายของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มักจะอยู่ในโรงแรมชั้นนำและบริเวณใกล้เคียง ตามศูนย์การค้า สนามบิน สถานีขนส่ง หรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ส่วนใหญ่จะขายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกซึ่งแตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่น อาจจะเป็นสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น หรือเป็นของที่ระลึกที่มีชื่อของท้องถิ่นนั้น ดังนั้นของที่ระลึก ควรเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเมื่อมีไว้ครอบครองเพื่อเป็นเครื่องเตือนความจำ และการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีๆ ของที่ระลึกก็ควรมีคุณค่า เอกลักษณะ วัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นแฝงอยู่ ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวจะต่างกันซึ่งทำให้ของที่ระลึกในแต่ละที่ที่มีความแตกต่างกันเนื่องจากอิทธิพลของ วัสดุที่ใช้ทำ (Material) เทคนิคการทำ (Technique) และค่านิยมหรือประเพณีนิยมในท้องถิ่น (Tradition Fashion) (ประเสริฐ ศิลรัตน์, 2531 : 7)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง

จากการค้นคว้าของศาสตราจารย์ ดร.เอกวิทย์ ณ ถลาง (2544) ได้กล่าวถึงการประดิษฐ์ของใช้จากวัตถุดิบที่หาได้จากธรรมชาติ โดยใช้มรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งหัตถกรรมพื้นบ้านเป็นการแสดงออกที่เป็นรูปธรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ โดยท่านได้ชี้ให้เห็นความ “ฉลาดคิด ฉลาดเลือก ฉลาดทำ ฉลาดกิน ฉลาดใช้ ฉลาด

ดัดแปลง” (หน้า 70) ของชาวบ้านในการเข้าใจในธรรมชาติ ซึ่งหมายถึงเข้าใจความต้องการของมนุษย์นั่นเอง ซึ่งภาวะสร้างสรรค์ ความรู้ความชำนาญและทักษะภูมิปัญญา ยังคงอยู่ในตัวคนเสมอ ถ้าเราเห็นคุณค่าและส่งเสริมอย่างถูกวิธีในศักยภาพและฝีมือลายมือที่ซ่อนเร้น ก็จะพบคุณค่าแท้ของหัตถกรรมพื้นบ้านที่สามารถนำมาใช้ได้ต่อไปอีกในอนาคต โดยวิบูลย์ ลี้สุวรรณ (2536) ได้ขยายความถึงหัตถกรรมพื้นบ้านพื้นเมืองว่าเป็นสิ่งมีค่า เป็นหลักฐานที่สะท้อนให้เห็นขนบธรรมเนียมประเพณีความเชื่อถือ และวัฒนธรรมของชุมชน ตลอดจนแสดงให้เห็นความสามารถในการสร้างสรรค์ของชุมชนที่สืบทอดกันมาจนกลายเป็นเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะถิ่นของชุมชน

นอกจากนี้ มีการศึกษาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง (Local Souvenirs) ในเขตพื้นที่ภูเก็ต พังงาและกระบี่ ในลักษณะที่เป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง (Tourism Product) เพื่อสร้างจุดยืนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Product Positioning) ดร.นิคม จารุมณี (2535) ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ โดยการท่องเที่ยวจะช่วยกระตุ้นให้มีการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวางเช่นการนำเปลือกหอย หินสวยๆตามชายหาด ไม้ไผ่ ฯลฯ ที่คนอาศัยอยู่ตามท้องถิ่นได้เก็บมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านขายเป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในท้องถิ่น สร้างงาน สร้างอาชีพมากมายและเป็นอาชีพเสริมด้วย เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ แม้จะเป็นรายได้เล็กน้อย แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมากๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ของคนในท้องถิ่น ซึ่งส่งผลต่อการกระตุ้นการผลิตที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่พัฒนามาจากเครื่องใช้ไม้สอย เครื่องประดับหรือวัตถุทางศิลปะ ถูกกำหนดให้ออกมาในรูปแบบลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามอิทธิพลของสิ่งต่างๆ ตั้งแต่เริ่มสร้างสืบต่อกันมาเช่น ความผูกพันกับความเชื่อ ศาสนา การเมือง วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสังคม ฯลฯ ทำให้มีรูปแบบที่แตกต่างกันมากมาย ซึ่งถ้าได้มีการจัดแบ่งประเภทของที่ระลึกอาจสามารถกำหนดแบ่งได้ดังนี้ (ประเสริฐ ศิลรัตน์. 2531)

1. จุดประสงค์ในการสร้าง จะเป็นรูปลักษณะที่สร้างขึ้นตามประเพณีนิยม, ตามสมัยนิยมหรือสร้างขึ้นมาเฉพาะบุคคล เฉพาะเหตุการณ์ เฉพาะสถานที่ เฉพาะงาน
2. วัสดุและเทคนิควิธีสร้าง จะเป็นของที่ระลึกที่สร้างหรือดัดแปลงขึ้นจากวัสดุธรรมชาติ, วัสดุสังเคราะห์ หรือเศษวัสดุที่หาได้ทั่วไป
3. แบ่งตามรูปลักษณะที่ปรากฏ จะเป็นของที่ระลึกที่มีรูปลักษณะต่างๆ เช่น ตัวอักษร, รูปทรงเรขาคณิต, รูปลักษณะตามลัทธิและความเชื่อ, รูปตามธรรมชาติ, ผลผลิตและเครื่องมือเครื่องใช้ หรือรูปลักษณะอิสระตามจินตนาการ
4. คุณค่าแห่งการนำไปใช้ จะเป็นของที่ระลึกประเภทของบริโภค, ที่เป็นเครื่องมือเครื่องใช้, ที่เป็นประโยชน์ตกแต่ง หรือวัตถุทางศิลปะ

หัตถกรรมพื้นเมืองเกิดขึ้นจากคนในท้องถิ่นร่วมกันผลิตจากภูมิปัญญาที่มีมาแต่เก่าก่อน เพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันทั้งทางร่างกายและจิตใจ ซึ่งเมื่อมีการพัฒนามาเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อขายให้กับนักท่องเที่ยว ก็มีรูปแบบและเอกลักษณ์ของท้องถิ่นตามแบบเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น จากหนังสือ ศิลปกรรมพื้นบ้านของวิบูลย์ ลี้สุวรรณ(2538 หน้า 36-39)อ้างถึงผู้เชี่ยวชาญศิลปะพื้นบ้านชาวญี่ปุ่น โซเอซึ ยานากิ (Soetsu Yanaki) ได้กล่าวถึงสาระสำคัญของหัตถกรรมพื้นบ้านว่ามีลักษณะเฉพาะท้องถิ่นมีรูปแบบที่เรียบง่ายที่สร้างขึ้นเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน โดยใช้ภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาโดยส่วนใหญ่จะเป็นงานที่ทำด้วยมือ(Hand Made) ตัวอย่างเช่นการสานเสื่อลำเจียกหรือเสื่อปาหนัน จะมีเฉพาะในเขตภาคใต้เท่านั้น เพราะใบลำเจียกหรือเตยทะเลจะหาได้มากเฉพาะในภาคใต้ นอกจากนี้กระบวนการในการเตรียมวัสดุและกรรมวิธีในการสาน ชาวบ้านหรือช่างสานเสื่อในภาคใต้จะมีความชำนาญเป็นพิเศษ เพราะเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านประจำถิ่นของตน

หัตถกรรมพื้นบ้านของไทยสามารถจำแนกได้ตามกรรมวิธีการสร้างได้ 10 ประเภท (วิบูลย์. 2538)

1. เครื่องเคลือบดินเผา (ceramics)
2. การทอผ้าและการเย็บปักถักร้อย (textile and embroidery)
3. การแกะสลัก (carving)
4. หัตถกรรมโลหะ (metal works)
5. เครื่องจักสาน (basketry mats)

6. การก่อสร้าง (architectures)
7. ภาพเขียน (painting and drawing)
8. การปั้นรูปและลวดลายประดับ (sculpture and decorating motif)
9. การทำเครื่องกระดาษ (paper mache)
10. ประเภทเบ็ดเตล็ด เช่น การจัดดอกไม้ การทำหุ่นกระดาษ เครื่องเงิน การทำเครื่องประดับ ฯ

นอกจากการแบ่งประเภทตามข้างต้นแล้ว ยังสามารถแบ่งตามลักษณะการใช้งานหรือวัสดุที่นำมาใช้ในการประกอบอาชีพ ซึ่งอาจจะมีการแบ่งประเภทออกเป็นกลุ่มๆ ต่างกันออกไปไม่ตายตัวเสมอไป สำหรับแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามที่ถูกค้าต้องการ ทางการตลาดเรียกว่า ตัว พี ทั้ง 4 (4Ps) นั่นก็คือ สินค้า (Product) , ราคา (Price) , สถานที่ตั้ง (Place) , และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าพอใจ จำเป็นต้องศึกษาและใช้ตัว พี ทั้ง 4 (4Ps) เมื่อลูกค้ามีความพอใจในตัว พี ทั้ง 4 (4Ps) ลูกค้าก็จะซื้อสินค้ามากขึ้นซึ่งพิจารณาได้ดังนี้ “สินค้าที่เหมาะสม + ราคาที่เหมาะสม + สถานที่ที่เหมาะสม + การส่งเสริมการขายที่เหมาะสม = ลูกค้าที่เพิ่มขึ้น” (องค์การแรงงานระหว่างประเทศ, 2542)

2.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่

ถ้าพิจารณาหัตถกรรมพื้นบ้านในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ มีลักษณะที่ส่วนใหญ่เป็นการนำวัสดุที่หาได้ในพื้นที่แต่ละจังหวัด อำเภอ ตำบล หรือกระทั่งภายในเฉพาะหมู่บ้าน สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ มีดังนี้

จังหวัดภูเก็ต

1. ดอกไม้ประดิษฐ์

- กุหลาบกลัดเสื้อ (กลาง) เป็นดอกกุหลาบจากเกล็ดปลา สำหรับกลัดเสื้อ มีหลายสี หลายขนาด กุหลาบก้าน (กลาง) เป็นดอกกุหลาบเกล็ดปลา ประกอบเป็นก้านและดอก เพื่อใช้ประกอบเข้าช่อ จัดแจกันในงานต่างๆ ดอกไม้จากผ้าใยบัว ตำบลวิชิต อำเภอเมืองภูเก็ต
- ดอกกระเจียว ทำจากผ้าใยบัว ดอกพวงชมพู เป็นการประกอบเกล็ดปลาในช่อเล็ก แล้วนำมาประกอบเป็นก้าน นำก้านมาเข้าช่อเป็นพวงชมพู เหมือนธรรมชาติ ใช้สำหรับเข้าช่อจัดแจกัน ตำบลวิชิต อำเภอเมืองภูเก็ต

- ผลิตภัณฑ์ดอกไม้จากเกล็ดปลา เป็นการนำเอาวัสดุเหลือใช้มาผลิต มีความสวยงาม มีให้เลือกมากมาย เช่น กีบติดผม, เข็มกลัดติดเสื้อ, ตุ้มหู เป็นต้น ตำบลเทพกระษัตรี อำเภอถลาง
- ดอกไม้เกล็ดปลา เป็นดอกไม้ที่ได้จากวัสดุเหลือใช้อย่างแท้จริง มีความคงทนสวยงาม มองคล้ายดอกไม้จริงๆ เกล็ดปลาฝั่งอันดามัน จะมีหยักและรูปทรงใหญ่ สวยงามมาก ตำบลราไวย์ อำเภอเมืองภูเก็ต
- ตุ๊กตาฟองยางรูปแบบต่าง ๆ ประเภทรูปสัตว์ต่าง ๆ และรับทำผลิตภัณฑ์ตามแบบที่ลูกค้าสั่ง ตำบลป่าคลอก อำเภอถลาง

2. เครื่องจักสาน

- จักสานกก เป็นผลิตภัณฑ์ประเภท กระเป๋า, หมวก, ก่องทิชชู, กระเป๋าผลไม้, ผลิตภัณฑ์จักสานตะกร้าจากหวาย มีความคงทน แข็งแรง ฝีมือประณีต สวยงาม มีให้เลือกมากมายหลายแบบ ตำบลเทพกระษัตรี อำเภอถลาง

3. เปลือกหอย ไข่มุก

- กระเป๋าหอยมุกแท้ประดับสวยงาม ตำบลวิชิต อำเภอเมืองภูเก็ต เปลือกหอยในขวดแก้ว ตำบลราไวย์ อำเภอเมืองภูเก็ต

4. หัตถกรรมโลหะ

- แจกัน เป็นผลิตภัณฑ์จากดีบุกนำมาดัดแปลงเป็นแจกัน สำหรับใส่ดอกไม้ ออกแบบไว้ได้สวยงาม และปราณีต ชูดน้ำชา เป็นผลิตภัณฑ์จากดีบุกซึ่งนำมาดัดแปลงเป็นภาชนะ สำหรับใส่น้ำชา ใน 1 ชุดจะประกอบด้วย เขี่ยอก 1 ใบ แก้ว 4 ใบ ตำบลวิชิต อำเภอเมืองภูเก็ต

5. ผ้าบาติก

- ผ้าบาติก ผลิตผ้าคลุมผมแบบต่าง ๆ และรับทำผลิตภัณฑ์ตามลูกค้าสั่ง ตำบลป่าคลอก อำเภอถลางผ้าบาติกเป็นผลิตภัณฑ์ทำขึ้นจากผ้าหลายชนิดที่นิยมทำคือ ผ้าไหมอินโดและผ้าป่าน สามารถนำมาดัดแปลงเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ เช่น ตัดเสื้อสำเร็จรูป, ผ้าเช็ดหน้า, ผ้าพันตัว และภาพติดฝาผนัง เป็นต้น ตำบลเชิงทะเล อำเภอถลาง
- ผ้าบาติกที่ทำโดยฝีมือของกลุ่ม ผ้าเช็ดหน้า ขายปลีก 50 - 100 บาท ขายเป็นส่ง 25 - 80 บาท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากทั้งชาวไทยและ

ชาวต่างชาติ มีเนื้อผ้าดี สีสดใสสวยงาม สีไม่ตกซีด มีให้เลือกมากมาย
ตำบลไม้ขาว อำเภอถลาง

- ผ้าบาติกสำหรับนำไปตัดเสื้อผ้า ผ้าเช็ดหน้า มีหลายรูปแบบ สีสดใส
เสื้อเชิ้ตบาติก ผลิตจากผ้าฝ้ายการตัดเย็บปราณีต ตำบลกะทู้ อำเภอกะทู้
- ผ้าบาติกเป็นผืนผ้าขนาดต่าง ๆ มีลวดลายสวยงามเป็นลายชายทะเล,
ปะการัง, สัตว์น้ำ, ดอกไม้ หรือตามที่ถูกคำสั่ง ผลิตเป็นผืนผ้าขนาดต่าง ๆ
ผ้าเช็ดหน้า ผ้าคลุมไหล่ เสื้อ และกระโปรง ตำบลกะรน อำเภอเมืองภูเก็ต
- ผ้าบาติก เป็นผืนผ้าขนาดต่าง ๆ สีสดใสสวยงาม ลวดลายรูปทะเล, ปะการัง,
สัตว์น้ำต่าง ๆ, ดอกไม้ ฯลฯ ตำบลรัชฎา อำเภอเมืองภูเก็ต
- ผ้าบาติก มีรูปแบบ สีสดใสสวยงาม ให้เลือกตามความต้องการ ตำบลกมลา
อำเภอกะทู้

จังหวัดพังงา

1. ดอกไม้ประดิษฐ์

- กระเช้าดอกไม้รวม เข็มกลัดผีเสื้อ ดอกเจ้าปูน ดอกศรีพังงา ดอกไม้ประดิษฐ์
จากใบยางพารา ดอกสายรุ้ง แคนทิลียา คลีโอน่า ขมิ้น ว่านอินดล ดอก
กุหลาบ ตำบลกะไหล อำเภอตะกั่วทุ่ง
- กระเช้าดอกไม้ลายชะลอม ลายขึ้นต้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงและ
ทนทาน ตำบลทุ่งคาโงก อำเภอเมือง
- ดอกกุหลาบ ดอกมะลิป่า ดอกแสงจันทร์ ดอกดาวกระจาย ดอกโสนก้าน
ดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา ตำบลโคกเคียน อำเภอตะกั่วป่า
- ดอกมะลิผลิตจากผ้า ออแกนซ่า ที่ผ่านขบวนการตามขั้นตอนแล้ว จะออกมา
เป็นหลายรูปแบบ ตำบลกะปง อำเภอกะปง
- ดอกไม้เกล็ดปลา นำเกล็ดปลา มาผ่านกรรมวิธีฟอกสี ย้อมสี แล้วประดิษฐ์
เป็นดอกไม้ เข็มกลัดติดเสื้อตำบลเกาะยาวน้อย อำเภอเกาะยาว
- ดอกไม้ใบยาง ผลิตจากใบยางพารา ฟอกขาว ประกอบเป็นดอกตาม
ต้องการ มีหลากหลายรูปแบบตำบลโคกกลอย อำเภอตะกั่วทุ่ง

- ผลิตรัณฑ์ดอกศรีพั่งงา เป็นการนำยางพารามาประดิษฐ์เป็นดอกไม้ใบยาง มีรูปแบบสวยงามลักษณะเหมือนจริง นอกจากนี้ยังทำเป็นที่คั่นหนังสือ และ พวงกุญแจ ตำบลท่าอยู่ อำเภอตะกั่วทุ่ง
- ดอกหน้าวัวพันธุ์เปลวเทียนภูเก็ต มีสีแดงสดสวยงาม มีความคงทนในการใช้งาน มีทั้งดอกเล็กและดอกใหญ่ ตำบลคึกคัก อำเภอตะกั่วป่า

2. เปลือกหอย

- ผลิตรัณฑ์โคมไฟจากเปลือกหอย ตำบลบ่อแสน อำเภอทับปุด

3. เครื่องจักสาน

- จักสานหมวกเปียกเป็นหมวกสานแบบจีนหรือที่เรียกว่าหมวกกุ่มเล็ก เป็นหมวกที่สมัยโบราณชาวจีนนิยมใส่กันแดดกันฝนได้ดี ตำบลบางทอง อำเภอท้ายเหมือง
- จากสาคร เป็นเครื่องใช้สำหรับมุงหลังคาต่าง ๆ ตำบลนบปริง อำเภอเมืองชั้นวางของเอนกประสงค์ ประดิษฐ์จากเถาวัลย์ ตำบลถ้ำน้ำผุด อำเภอเมือง
- ตะกร้าจิว เป็นผลิตรัณฑ์ที่มีขนาดเล็ก สำหรับใส่ของใช้สำนักงาน และเป็นของที่ระลึก ตำบลทุ่งคาโงก อำเภอเมือง
- ตะกร้ารูปแบบต่างๆ ประดิษฐ์จากเถาวัลย์ ตำบลถ้ำน้ำผุด อำเภอเมือง
- ตะกร้าไม้ไผ่ นำไม้ไผ่มาจักสานเป็นรูปตะกร้า มีความแข็งแรง ทนทาน และรูปแบบสวยงาม ตำบลท่านา อำเภอกะปง
- เตียงเล็ก เป็นผลิตรัณฑ์ที่ทำด้วยไม้ไผ่ โดยไม่ใช้ตะปู เช่น เตียงเล็ก ตำบลทุ่งมะพร้าว อำเภอท้ายเหมือง โต๊ะอาหาร เฟอร์นิเจอร์ระดับบ้าน หรือใช้ใน ชีวิตประจำวันนำมาจัดทำตามแบบที่สั่งได้ เช่น ตำบลทุ่งมะพร้าว อำเภอท้ายเหมือง
- ที่วางกระถางดอกไม้ ประดิษฐ์จากเถาวัลย์ ตำบลถ้ำน้ำผุด อำเภอเมือง
- หมวกใบร่มข้าวเป็นการนำไม้ไผ่ และใบร่มข้าว มาประกอบทำเป็นหมวกของชาวพื้นเมือง เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน และเป็นของที่ระลึก ตำบลท่านา อำเภอกะปง

4. ผ้าบาติก

- ผ้าบาติก เป็นประเภทผ้าฝ้าย เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ตำบลหล่อยูง อำเภอตะกั่วทุ่ง
- ผ้าบาติก ผลิตภัณฑ์จากผ้าบาติก ตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว
- ผ้าบาติกทำดำน ผ้าบาติกลวดลายต่างๆ ตำบลเกาะป็นหยี อำเภอเมือง
- ผ้าบาติกลายประการัง ตำบลคลองเคียน อำเภอตะกั่วทุ่ง

จังหวัดกระบี่

1. ดอกไม้ประดิษฐ์

- ดอกไม้ที่ผลิตจากใบยางพารา ใช้วัสดุในพื้นที่ ตำบลคลองยาง อำเภอเกาะลันตา

2. เครื่องจักสาน

- ตะกร้า กระจาด มีรูปแบบสวยงาม แข็งแรง ตำบลเขาต่อ อำเภอปลายพระยา
- กระจุก กระจาดต้นไม้ครึ่งลูก ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง
- กระจ่าจากเตยปาหนันเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัสดุในพื้นที่ หาง่ายไม่ต้องซื้อ มีความทน ความเหนียว ตำบลเกาะกลาง อำเภอเกาะลันตา
- ที่รองจาน กระจ่าถักจูงนาง กระจ่าเตยปาหนัน สายหนัง กล่อง 6 มุม ใบเตยปาหนัน เสื่อ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเตยปาหนัน หมอน หมอนอิง (รูปหม้อ) ใช้หนูนคอ ฟิงพังก์ไซฟาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเตยปาหนัน ตำบลเกาะลันตาน้อย อำเภอเกาะลันตา
- โคมไฟกะลา ตำบลอ่าวนาง อำเภอเมือง
- ตะกร้าก้านมะพร้าว เป็นการนำเอาวัสดุคือก้านมะพร้าวสดมาจักสานกันเป็นตะกร้าโดยมีโครงเป็นไม้ไผ่และใช้เชือกเอ็นมัดให้แข็งแรงใช้หว่ายพันตรงที่จับให้สวยงาม ตำบลตลิ่งชัน อำเภอเหนือคลอง
- ผลิตภัณฑ์กระดาษ เป็นกระดาษที่ทำจากใบสับปะรด มีให้เลือกหลายสี ตำบลหนองทะเล อำเภอเมือง

3. เปลือกหอย

- ไช้มุกทะเลอันดามัน กระเป๋าหอยเบี้ย ตุ๊กตากระต่ายจากเปลือกหอย หอบสังข์ ตำบลไสไทย อำเภอมือง
- แหวนมุกเลี้ยงธรรมชาติ ต่างหูมุกทองคำขาว สร้อยมุกธรรมชาติทั้งเส้น น้ำดี ตำบลเขาคราม อำเภอมือง

4. ผ้าบาติก

- ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก เป็นการวาดลวดลาย วาดตามสิ่ง ชนิดของผ้าที่ใช้ ผ้าไหม ผ้ามัดสลิน ผ้าคอตตอน ผ้าป่าน
- ผ้าสบัน ตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง
- ผ้าบาติก เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าแลสพันธ์สี ตำบลคลองขนาน อำเภอนือคลอง

5. สิ่งประดิษฐ์

- เรือหัวโทง เป็นการจำลองแบบเรือที่ใช้ประกอบอาชีพในชีวิตประจำวันมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก ตำบลคลองประสงค์ อำเภอมือง
- สร้อยข้อมือลายพิกุล สร้อยข้อมือลายวงกลม สร้อยคอกลายเขาควาง สร้อยคอกลายไทย สร้อยคอกลายฉลุกลาง สร้อยคอกลายดอกไม้ สร้อยคอกลูกบิด ขาวดำ เม็ดกลม สร้อยคอกลูกบิดเส้นใหญ่ ตำบลอ่าวนาง อำเภอมือง

(ไทยตำบล ดอท คอม. 2546 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 จังหวัดพังงา. 2545 ศิริศักดิ์ คุ้มรักษา. 2544 และหนังสือเฉลิมพระเกียรติฯ. 2544)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมื่อพิจารณางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สินค้าพื้นบ้านและของที่ระลึกในประเทศไทย ในภูมิภาคอื่นๆ เช่น ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ชูศักดิ์ เพรสคอต และคณะวิจัย (2533) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนางานหัตถกรรมเพื่อการสร้างงานและรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งศึกษาประเภทของงานหัตถกรรมที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสนับสนุนและส่งเสริมให้ประชาชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยึดเป็นอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้ และการจ้างงาน ศึกษาถึงภาวะการผลิต แรงงาน เงินทุน และภาวะการตลาด

สินค้าหัตถกรรม เพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนางานหัตถกรรมพื้นบ้านได้อย่างเหมาะสม พบว่า

1. งานหัตถกรรมที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสนับสนุนและส่งเสริมให้เป็นอาชีพหลักต่อไปได้ โดยถือเกณฑ์ทางด้านการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ความสามารถของประชาชน เงินทุน การสร้างรายได้ และตลาดสินค้าหัตถกรรม มี 3 ประเภทได้แก่ งานทอผ้า ทอเสื่อ และจักสาน

2. การดำเนินการผลิตสินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่จะทำภายในตัวบ้าน ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ง่าย ๆ วัตถุดิบก็หาซื้อหรือผลิตได้ในหมู่บ้าน เงินทุนที่ใช้หมุนเวียนในการผลิตประมาณครอบครัวละ 200-500 บาท และใช้แรงงานประมาณครัวเรือนละ 2-3 คน ทำการผลิตในช่วงหลังฤดูการเกษตร ประมาณ 4-6 เดือนต่อปี มูลค่าการผลิตสำหรับงานจักสาน ครัวเรือนละ 3,000-15,000 บาทต่อปี งานทอเสื่อ ครัวเรือนละ 4,000-10,000 บาทต่อปี และงานทอผ้า ครัวเรือนละ 1,500-36,000 บาทต่อปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงาน เวลาที่ทำงานและชนิดของสินค้าที่ผลิต

3. การผลิตสินค้าหัตถกรรมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังประสบปัญหาหลายประการ การขาดแคลนวัตถุดิบ วัตถุดิบยังมีราคาสูง แรงงานมีความรู้ความสามารถในการผลิตต่ำ ขาดแคลนเงินทุนที่จะนำมาใช้จ่ายทางด้านการผลิต

4. ตลาดสินค้าหัตถกรรมแคบ ทำให้ผู้ผลิตต้องเป็นผู้รับราคาทั้งทางด้านราคา วัตถุดิบและราคาผลิตภัณฑ์ ขาดศูนย์พาณิชย์ เพื่อจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมโดยเฉพาะในแต่ละจังหวัด

5. แนวทางและมาตรการในการพัฒนางานหัตถกรรมพื้นบ้าน เพื่อการสร้างงานและรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ต้องดำเนินการให้ครบวงจรและร่วมกันระหว่างภาครัฐบาลและเอกชน กล่าวคือ ควรส่งเสริมการปลูกไม้ไผ่ พัฒนาหนองน้ำเพื่อปลูกกอก ส่งเสริมการปลูกหม่อนเพื่อเลี้ยงไหม จะได้มีวัตถุดิบใช้ตลอดปี ส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน การนำเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการจัดตั้งศูนย์พาณิชย์ประจำจังหวัดเพื่อขยายตลาดสินค้าหัตถกรรมให้กว้างขวางขึ้น ตลอดจนการส่งเสริมการวิจัยด้านการผลิตและการตลาดเพื่อผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด

ตัวอย่างงานวิจัยที่แสดงถึงการพัฒนาหัตถกรรมของชาวบ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ได้รับการส่งเสริมจากทางราชการจนเป็นสินค้าของที่ระลึก คือ กระจุกวิบูลย์

(2542) ได้ศึกษาเรื่อง การประกอบอาชีพหัตถกรรมทำของที่ระลึกของชาวบ้าน ในเขต อำเภออุซันท์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า วิวัฒนาการการประกอบอาชีพหัตถกรรมทำของที่ระลึกได้แก่ ครุฑน้อย ซึ่งเดิมชาวบ้านทำครุใหญ่ไว้ใช้ในครัวเรือน เมื่อปี พ.ศ. 2511 จึงได้เปลี่ยนมาทำครุน้อยซึ่งมี 5 ขนาด ในปี พ.ศ. 2527 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภออุซันท์ และศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน ได้เข้ามาแนะนำชาวบ้าน ให้นำครุน้อยมาทำผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น ทำเป็นพวงอุ้งน้แล้วบรรจุในกรอบรูป ตุ่มหู เข็มกลัดติดเสื้อ ที่ติดผม ซอคดอกไม้ เป็นต้น เกวียนน้อย เริ่มเมื่อปี พ.ศ. 2505 โดยนายอำเภออุซันท์ได้นำเอาเกวียนน้อยมาเป็นตัวอย่าง ปรากฏว่าชาวบ้านทำตามได้ประณีตงดงาม จนกระทั่งปี พ.ศ. 2523 ทางราชการได้เข้ามาฝึกอบรมชาวบ้าน จนสามารถประดิษฐ์เกวียนน้อยเพื่อจำหน่ายได้ ผลิตภัณฑ์จากใบตาล เริ่มเมื่อปี พ.ศ. 2520 ผู้ว่าราชการจังหวัดเข้ามาส่งเสริมอาชีพโดยพัฒนารูปแบบการสาน จากเขียนหมากรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส เป็นกล่องใส่ของกระจุกกระจิก ผอบใบตาล และกระเป๋าแบบหูหิ้ว นอกจากนี้กระบวนการประกอบอาชีพ ชาวบ้านยึดการประกอบอาชีพตามอย่างพ่อแม่และพวกผู้ใหญ่ ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการทำงานด้านนี้ ได้แก่ รายได้ดี เวลาว่าง และต้องการสืบทอดวัฒนธรรมการทำของที่ระลึก มีการรวมกลุ่มในการประกอบอาชีพ โดยกลุ่มได้ช่วยเหลือด้านการเงิน การตลาด ให้ความรู้ และเป็นศูนย์รวม ทำกิจกรรมช่วยเหลือสังคม แหล่งความรู้ได้จากวิทยากร เรียนรู้ด้วยตนเอง จากพ่อแม่ และจากหน่วยราชการ ปัญหาในการดำเนินการ ได้แก่ ต้องใช้เวลา ความอดทน รายได้ไม่แน่นอน และตลาดยังไม่กว้าง ทุนที่ทำได้จากกลุ่มตนเอง และกู้ยืมจากสถาบันการเงิน วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ผลิตซื้อจากท้องตลาดและปลูกเอง มีการใช้เทคโนโลยีเฉพาะกับ ผลิตภัณฑ์จากใบตาล คือ มีการใช้สีเคมี การกำหนดราคากระทำโดยกลุ่มผู้ผลิต และผู้ซื้อ ร่วมกัน ชาวบ้านมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภาวะหนี้สินลดลง แต่ยังมีเก็บออมน้อย ทางด้านสังคม ชาวบ้านมีความสัมพันธ์กันมากขึ้น ปัญหาสังคมในหมู่บ้านลดลง และหมู่บ้านมีชื่อเสียงโดยสรุป ชาวบ้านมีความคิดเห็นว่าการประกอบอาชีพหัตถกรรมทำของที่ระลึก ทำให้ครอบครัวและชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

นอกจากนี้ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญทางทะเลแห่งหนึ่งของประเทศไทย มีศักยภาพใกล้เคียงกับพื้นที่อันดามัน มีการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเซรามิกส์ในจังหวัดชลบุรี โดย ภรดี พันธุ์ภากร (2535) พบว่าจากการที่ชลบุรีเป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเลนี้เอง ทำให้มีการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อเป็นของขวัญของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งผลิตภัณฑ์อาหารคาว-หวาน

อาหารแห้งจากทะเล สิ่งประดิษฐ์จากวัสดุทางทะเล เครื่องจักสาน ฝ้ายทอ และหินแกะสลัก นอกจากนี้ชลบุรียังเป็นแหล่งที่มีการทำผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ เป็นอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ในครัวเรือน จนถึงอุตสาหกรรมขนาดย่อม โดยมีคนงานตั้งแต่ 10-100 คน มีการใช้ดินใน แหล่งพื้นที่ชลบุรี และแหล่งใกล้เคียง สามารถเสนอแนะแนวทางเพื่อให้มีการสร้างงาน และพัฒนาในลักษณะของอุตสาหกรรมในครัวเรือน อุตสาหกรรมขนาดเล็ก หรือเป็นการ รวมกลุ่มการผลิตในชุมชนในหมู่บ้าน 3 แนวทางคือ

1. ให้การเสนอแนะกับโรงงานเซรามิกส์ที่ทำการผลิตวัสดุก่อสร้างที่มีมาแต่เดิมใน จังหวัดชลบุรี ให้มีการเพิ่มส่วนการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
2. ให้ความรู้ฝึกอบรมแก่ชาวบ้านผู้สนใจ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้มีการสร้างงาน ผลิตภัณฑ์เซรามิกส์ในครัวเรือน หรือเป็นการรวมกลุ่มการผลิตในหมู่บ้านในชุมชน
3. เป็นการทดลองจัดการผลิตในหน่วยงานของรัฐเพื่อเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ รูปแบบ ขั้นตอน เทคนิควิธีการ และการจัดจำหน่าย เพื่อเป็นแนวทางแก่ชาวบ้านผู้สนใจ โดยทั่วไป นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเซรามิกส์ ควรเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่สามารถสนองประโยชน์ใช้สอย มีความสวยงาม และมีคุณค่า เหมาะสมกับการเป็นของที่ระลึก การนำไปเป็นของขวัญของฝาก หรือการเก็บสะสม ที่สำคัญคือ จะต้องมีความเป็นเอกลักษณ์ของเซรามิกส์ชลบุรี เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์ เนื้อดิน น้ำเคลือบ เทคนิคการ ตกแต่ง และการนำวัตถุดิบจากแหล่งพื้นที่ชลบุรีหรือแหล่งใกล้เคียงมาใช้ในการผลิตอย่างเหมาะสม

ในพื้นที่ทางด้านทะเลด้านอ่าวไทยปรากฏงานวิจัยที่อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี เรื่อง กระบวนการประกอบธุรกิจจำหน่ายอาหารและของที่ระลึกอีสานใน แหล่งท่องเที่ยว อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดย นรินทร์ ทวยเจริญ (2538) พบว่าการประกอบธุรกิจจำหน่ายอาหารและของที่ระลึกอีสาน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในวัยกลางคน มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจประเภทนี้หรือธุรกิจประเภทอื่นมาก่อน ทั้งในภาคอีสานและภาคอื่น ๆ เมื่อสะสมทุนได้เพียงพอหรือได้รับการชักชวนจากผู้ประกอบธุรกิจอยู่ก่อนแล้ว ประกอบกับมีความรู้ด้านอาหารและของที่ระลึกอีสาน จึงตัดสินใจดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างฐานะของครอบครัวให้ดีขึ้น สำหรับผู้ที่ไม่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจมาก่อนจะเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยได้รับความช่วยเหลือจากญาติพี่น้องหรือเพื่อนบ้าน ทำการประกอบธุรกิจเป็นอาชีพหลักและนำครอบครัวมาอยู่อาศัยด้วยเพื่อเป็นแรงงาน นอกจากนี้ความคิดเห็นของผู้ซื้ออาหารและของที่ระลึกอีสาน ในส่วนของ

ธุรกิจขายของที่ระลึกอีสาน พบว่าของที่ระลึกมีป้ายบอกราคาชัดเจน มีความปรารถนาดี สวยงาม มีให้เลือกหลายชนิด มีราคาเหมาะสม มีการบรรจุหีบห่อที่ดี ผู้ขายแต่งกาย เรียบร้อยสวยงาม มีกิริยามารยาทดี การตกแต่งสถานที่ดึงดูดใจลูกค้า มีการ ประชาสัมพันธ์ที่ดีและมีที่ จอดรถที่สะดวกและปลอดภัย ผู้วิจัยได้เสนอแนะในการวิจัย ครั้งนี้คือ หน่วยราชการที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่น การให้ความรู้ในด้านการดำเนินธุรกิจ การใช้ภาษา และการสนับสนุนด้านเงินทุน เพื่อให้ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจสนใจ ตั้งใจ และมั่นใจในการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นการ สร้างชื่อเสียงให้กับท้องถิ่นและประเทศชาติ

จากการศึกษาปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากการซื้อ สินค้าของที่ระลึก ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2532) พบว่าอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับ หนึ่งมาโดยตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 โดยมีสินค้าของที่ระลึกเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินมากที่สุด แต่ในปัจจุบันสินค้าประเภททองรูปพรรณ อัญมณี และเครื่องประดับได้กลายเป็นสินค้าที่ ก่อปัญหาให้นักท่องเที่ยวอย่างมาก ปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่ ปัญหาสินค้าปลอม สินค้าไม่ได้ มาตรฐาน จ่ายเงินซื้อสินค้าแล้วไม่ส่งสินค้าให้ตามที่ตกลงกัน และการจำหน่ายสินค้าใน ราคาสูง ปัญหาเหล่านี้ เกิดจากสาเหตุต่าง ๆ คือ การขาดมาตรการกำหนดและควบคุม คุณภาพของสินค้า ทำให้เกิดปัญหาสินค้าไม่ได้มาตรฐานตามที่กำหนด

ทั้งนี้คณะวิจัยจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2534) ได้สำรวจความต้องการของ นักท่องเที่ยวในเรื่องการซื้อสินค้าของที่ระลึกปี 2533 พบว่า สินค้าที่เป็นที่นิยมสูงในหมู่ นักท่องเที่ยว และซื้อโดยนักท่องเที่ยวสามารถเรียงลำดับได้ดังต่อไปนี้ คือ สินค้าที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซื้อ มากเป็นอันดับหนึ่งถึงห้า ได้แก่ ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้า ไหม เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย อัญมณีและเครื่องประดับ และเครื่อง หนึ่ง ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้ความสำคัญต่อการจ่ายเงินซื้อสินค้า ประเภทหัตถกรรมจักสาน เสื้อผ้าสำเร็จรูป อัญมณีเครื่องประดับ เครื่องทองเหลืองและ โลหะตลอดจนดอกไม้แห้งและดอกไม้ประดิษฐ์ ตามลำดับ สำหรับรสนิยมของ นักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีรสนิยมต่อผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้า ไหม เครื่องหนัง เครื่องเงิน และดีบุก เพอร์นิเจอร์ไม้แกะสลัก อัญมณีและเครื่องประดับ เป็น 5 อันดับแรก นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมผลิตภัณฑ์โลหะและดีบุก เพอร์นิเจอร์ไม้ แกะสลัก เครื่องเบญจรงค์ ทั้งที่เคลือบและไม่ได้เคลือบ ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม อัญ

มณีและเครื่องประดับเป็น 5 อันดับแรก นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา รูปแบบ ความเป็นเอกลักษณ์ไทย และสีสันทัน เป็นหลักในการพิจารณาเพื่อการซื้อสินค้า สิ่งที่น่าสังเกตถึงการที่นักท่องเที่ยวไม่สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้ขายได้ เนื่องจากมีอุปสรรคด้านภาษา สำหรับผู้ไม่ได้ซื้อสินค้ามีเหตุผลว่า เนื่องจากไม่มีเวลา ไม่มีโอกาสได้เลือกเดินทางมาทำธุรกิจเป็นหลักจึงไม่ตั้งใจซื้อ และไม่ทราบข่าวสารเป็นเหตุผลหลัก เหตุผลรองลงมาได้แก่ ปัญหาของราคาที่ไม่ได้มาตรฐาน รูปแบบมีให้เลือกน้อยเกินไป สีสันทันไม่ได้มาตรฐานและมีให้เลือกน้อย ขนาดและน้ำหนักไม่เหมาะในการพกพาตลอดจนการใช้วัสดุที่ไม่เหมาะสมกับคุณค่าของตัวสินค้า

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 วิธีการศึกษา

โครงการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่ ภูเก็ต พังงา และกระบี่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยมุ่งในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อนำไปสู่การกำหนดจุดยืนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ จากการเก็บข้อมูลโดยใช้เครื่องมือจากแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ผลิตและผู้จำหน่าย

3.2.1.1 นักท่องเที่ยว

ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวจากประชากรนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยอ้างอิงสถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ปี พ.ศ. 2544 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(2545) ดังนี้

	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	รวมนักท่องเที่ยว
ภูเก็ต	1,002,186	2,654,673	3,656,859
พังงา	217,254	177,934	395,188
กระบี่	495,046	638,337	1,133,383

ทั้งนี้โครงการวิจัยนี้เป็นการแยกเก็บข้อมูลในแต่ละจังหวัด โดยคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Taro Yamane (1973) เมื่อกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างให้มีความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 (ระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 95) ซึ่งเมื่อคำนวณออกมาแล้วตัวอย่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ประมาณจังหวัดละ 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะเจาะจง (Purposive Sampling)

เพื่อให้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใกล้เคียงกับสัดส่วนประชากรนักท่องเที่ยวยุคใหม่
ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพดีและน่าเชื่อถือเมื่อนำไปวิเคราะห์ จึงได้คำนวณหาสัดส่วนกลุ่ม
ตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ของนักท่องเที่ยวยุคใหม่และนักท่องเที่ยวยุค
ต่างประเทศ ในแต่ละจังหวัดดังนี้

จังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 ตัวอย่าง (Samples)

นักท่องเที่ยวยุคใหม่	ประชากร	สัดส่วน(ร้อยละ)	จำนวนตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทย	1,002,186	27	108
นักท่องเที่ยวยุคใหม่ต่างประเทศ	2,654,673	73	292
รวมนักท่องเที่ยวยุคใหม่	3,656,859	100	400

จังหวัดพังงา จำนวน 400 ตัวอย่าง (Samples)

นักท่องเที่ยวยุคใหม่	ประชากร	สัดส่วน(ร้อยละ)	จำนวนตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทย	217,254	55	220
นักท่องเที่ยวยุคใหม่ต่างประเทศ	177,934	45	180
รวมนักท่องเที่ยวยุคใหม่	395,188	100	400

จังหวัดกระบี่ จำนวน 400 ตัวอย่าง (Samples)

นักท่องเที่ยวยุคใหม่	ประชากร	สัดส่วน(ร้อยละ)	จำนวนตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวยุคใหม่ชาวไทย	495,046	44	176
นักท่องเที่ยวยุคใหม่ต่างประเทศ	638,337	56	224
รวมนักท่องเที่ยวยุคใหม่	1,133,383	100	400

3.2.1.2 ผู้ผลิต เลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจากกลุ่มประชากร ที่มีรายชื่อ
และที่อยู่ ที่ปรากฏในเอกสารที่สำรวจมาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.2.1.3 ผู้จำหน่าย เลือกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจากกลุ่มประชากร ที่มี
รายชื่อและที่อยู่ ที่ปรากฏในเอกสารที่สำรวจมาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.2.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่ได้รับตีพิมพ์และการยอมรับในการอ้างอิง ทั้งหนังสือตำรา งานวิจัย เอกสารราชการและสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย สร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบและปลายเปิด โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ชุด ดังนี้

3.3.1 แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว

3.3.1.1 นักท่องเที่ยวชาวไทย

3.3.1.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ)

3.3.2 แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิต

3.3.3 แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างของผู้จำหน่าย

● **นักท่องเที่ยงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ** ในแบบสอบถามจะถามเกี่ยวกับ

1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จำนวนวันที่มาเที่ยวครั้งนี้ และข้อมูลในการแนะนำหรือสนับสนุนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือของที่ระลึกพื้นเมือง

2. ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง ได้ถามในหัวข้อดังนี้

2.1 ความสนใจผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง

2.2 ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองแต่ละชนิด

2.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองชนิดใดบ้างที่เหมาะสมและสอดคล้องกับ

ทรัพยากรในท้องถิ่น

2.4 การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง

2.5 เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง โดยแบ่งเป็น คุณภาพของสินค้า ความนิยม แฟชั่น ความสวยงาม การออกแบบ ขนาดของสินค้า การใช้ประโยชน์ มีสีสันเฉพาะตัว หีบห่อบรรจุภัณฑ์ ราคาเหมาะสม การบริการของผู้ขายที่ตั้งร้านค้า การจัดส่งสินค้า การลดราคา มีเอกลักษณ์ไทย และ อื่นๆ

- **ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์** ในแบบสอบถามจะถามเกี่ยวกับ

1. ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ผลิต
2. สินค้าหรือของที่ระลึกพื้นเมืองชนิดใดบ้างที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรในท้องถิ่น
3. การประชาสัมพันธ์หรือนำการผลิต
4. การใช้ดุลพินิจหรือข้อมูลในการพัฒนาสินค้าให้ตรงความต้องการของผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยว
5. เหตุผลในการตัดสินใจเลือกผลิตของที่ระลึกพื้นเมือง ซึ่งได้เลือกโดยกำหนดหลัก ดังนี้ คุณภาพของสินค้า ความนิยม แฟชั่น ความสวยงาม การออกแบบ ขนาดของสินค้า การใช้ประโยชน์ มีสีสันเฉพาะตัว หีบห่อบรรจุภัณฑ์ ราคาเหมาะสม การบริการของผู้ขาย ที่ตั้งร้านค้า การจัดส่งสินค้า การลดราคา มีเอกลักษณ์ไทยและอื่นๆ
6. การส่งเสริมหรือช่วยเหลือของหน่วยงานของรัฐ เพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจของที่ระลึก

7. ปัญหาที่กำลังประสบอยู่ในสภาวะปัจจุบันและการต้องการความช่วยเหลือ

- **ร้านจำหน่ายของที่ระลึก** ในแบบสอบถามจะถามเกี่ยวกับ

1. สินค้าหรือของที่ระลึกพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว
2. ของที่ระลึกพื้นเมืองที่จำหน่าย
3. สินค้าหรือของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรในท้องถิ่น
4. การประชาสัมพันธ์หรือนำร้านค้า
5. ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิต ในการพัฒนาสินค้าให้ตรงความต้องการของท่านและนักท่องเที่ยวอย่างไร
6. ท่านได้เลือกจำหน่ายสินค้าหรือของที่ระลึกพื้นเมือง โดยคำนึงถึงเหตุผลตามที่กำหนดให้ มากน้อยเพียงใดคุณภาพของสินค้า ความนิยม แฟชั่น ความสวยงาม การออกแบบ ขนาดของสินค้า การใช้ประโยชน์ มีสีสันเฉพาะตัว หีบห่อบรรจุภัณฑ์ ราคาเหมาะสม การบริการของผู้ขาย ที่ตั้งร้านค้า การจัดส่งสินค้า การลดราคา มีเอกลักษณ์ไทย อื่นๆ โปรดระบุ
7. การส่งเสริมหรือช่วยเหลือของหน่วยงานของรัฐ เพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจของที่ระลึก

8. ปัญหาที่กำลังประสบอยู่ในสภาวะปัจจุบันและต้องการความช่วยเหลือ

3.4 การตรวจสอบเครื่องมือ

ผู้วิจัยและผู้ร่วมวิจัย นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านภาษาอังกฤษตรวจสอบความถูกต้องในด้านความเข้าใจและความหมาย หลังจากนั้นได้ดำเนินการทดสอบนักท่งเที่ยวและผู้มาเยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศจำนวน 20 คน เพื่อตรวจสอบอีกครั้งก่อนนำไปพิมพ์เพื่อดำเนินการในภาคสนามต่อไป

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยคณะวิจัยและผู้ช่วยวิจัยที่ผ่านการฝึกอบรมในหลักการของงานวิจัยและวิธีการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลในแต่ละพื้นที่

3.5.1 กลุ่มตัวอย่างนักท่งเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายทั่วถึง โดยพื้นที่ที่ถูกเลือกในแต่ละจังหวัด ได้มาจากข้อมูลเบื้องต้นจากการรวบรวมสถิติของการท่งเที่ยวแห่งประเทศไทย(2545) สํารวจจำนวนนักท่งเที่ยวในแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้คณะวิจัยได้เลือกพื้นที่ในการเก็บข้อมูลดังนี้

3.5.1.1 จังหวัดภูเก็ต พื้นที่ในการเก็บข้อมูลนักท่งเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 8 อาณาบริเวณ คือ หาดป่าตอง แหลมพรหมเทพ ตัวเมืองภูเก็ต หาดกะตะ หาดกะรน หาดราไวย์ วัดฉลอง และที่อื่นๆ

3.5.1.2 จังหวัดพังงา พื้นที่ในการเก็บข้อมูลนักท่งเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 8 อาณาบริเวณ คือ เขาหลัก อุทยานแห่งชาติท้ายเหมือง เกาะปันหยี อ่าวพังงา ถ้ำสุพรรณคูหา น้ำตกลำปี สวนสมเด็จพระศรีนครินทร์ และที่อื่นๆ

3.5.1.3 จังหวัดกระบี่ พื้นที่ในการเก็บข้อมูลนักท่งเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวน 8 อาณาบริเวณ คือ อ่าวพระนาง สุสานหอย หาดนพรัตน์ธารา ตัวเมืองกระบี่ อ่าวไร่เลย์ เกาะพีพี วัดถ้ำเสือ และที่อื่นๆ

3.5.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิต มีการเก็บรวบรวมแบบสอบถามโดยส่งทางไปรษณีย์ตอบรับ พร้อมซองติดแสตมป์ส่งคืน

3.5.3 กลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่าย มีการเก็บรวบรวมแบบสอบถามโดยส่งทางไปรษณีย์ตอบรับ พร้อมซองติดแสตมป์ส่งคืน

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยผู้วิจัยและคณะผู้ช่วยวิจัย นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วบันทึกลงในโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) การดำเนินการวิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณจากนั้นนำมาวิเคราะห์ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าเฉลี่ย (Mean) ซึ่งนำเสนอเกณฑ์ระดับคะแนนออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

- คะแนนเฉลี่ย 3.67 – 5.00 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับพิจารณาเลือกซื้อบ่อย/เหตุผลในการเลือกซื้อบ่อย
- คะแนนเฉลี่ย 2.34 – 3.66 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับพิจารณาเลือกซื้อปานกลาง/เหตุผลในการเลือกซื้อปานกลาง
- คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 2.33 เป็นหลักเกณฑ์ที่มีระดับพิจารณาเลือกซื้อน้อย/เหตุผลในการเลือกซื้อน้อย

ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการค้นคว้า สัมภาษณ์ ได้นำมาเสนอในลักษณะบรรยาย เพื่อนำมาแสดงผลของข้อมูล วิเคราะห์ผลการวิจัย สรุปการวิจัย และเสนอแนะบรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมีทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) และข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ซึ่งคณะวิจัยได้นำเสนอเป็น 2 ส่วนในเรื่อง ข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด และข้อมูลจากผู้ผลิต-จำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมืองทั้ง 3 จังหวัดซึ่งผลการสำรวจได้นำเสนอเป็นตารางและรายละเอียดดังนี้

4.1. ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต

ตารางที่ 4.1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)
1. เพศ	
- ชาย	40.9 (n = 160)
- หญิง	59.1 (n = 234)
2. อายุ	
- ต่ำกว่า 20 ปี	11.5 (n = 46)
- 21 ปี ถึง 40 ปี	61 (n = 248)
- 41 ปี ขึ้นไป	27.5 (n = 110)
3. การศึกษา	
- ประถมศึกษา	5.5 (n = 22)
- มัธยมศึกษา	38.5 (n = 154)
- อุดมศึกษา	56 (n = 214)
4. อาชีพ	
- นักเรียน / นักศึกษา	22.5 (n = 90)
- รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	11 (n = 40)
- รับจ้างทั่วไป	16.50 (n = 66)
- ประกอบอาชีพส่วนตัว	17 (n = 68)
- พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	13.5 (n = 54)

ตารางที่ 4.1.1 (ต่อ) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	
- เกษตรกร	5.5	(n = 22)
- แม่บ้าน / ว่างงาน และอื่นๆ	14	(n = 48)
5. รายได้ต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	34	(n = 108)
- 10,000 บาท ถึง 25,000 บาท	33.3	(n = 106)
- สูงกว่า 25,000 บาท	32.7	(n = 104)
6. จำนวนวันที่มาเที่ยว		
- น้อยกว่า 3 วัน	24	(n = 96)
- 3 วัน ถึง 6 วัน	33.5	(n = 122)
- มากกว่า 6 วัน	42.5	(n = 170)
7. แหล่งสัญชาติ		
- ประเทศไทย	27	(n = 108)
- เอเชีย	14.6	(n = 58)
- ยุโรป	36	(n = 144)
- อเมริกาเหนือ	7.6	(n = 30)
- ออสเตรเลีย	4.3	(n = 17)
- อื่นๆ	10.5	(n = 43)
8. ข้อมูลที่ได้รับในการตัดสินใจซื้อ		
- บริษัททัวร์	4	(n = 16)
- ไกด์นำเที่ยว	7	(n = 28)
- เพื่อนฝูง	28	(n = 112)
- ประสบการณ์ตัวเอง	47	(n = 188)
- ญาติพี่น้อง	19	(n = 76)
- วิทยุ / โทรทัศน์	3.5	(n = 14)
- สื่อโฆษณา / ใบปลิว	11	(n = 44)
- พนักงานขาย	5.5	(n = 22)
- อื่นๆ	3.5	(n = 14)

จากตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นหญิง ร้อยละ 59.1 และชาย ร้อยละ 40.9 ส่วนใหญ่อายุ 21 ปี ถึง

40 ปี ร้อยละ 61 จบการศึกษาระดับอุดมศึกษา ร้อยละ 56 มีอาชีพการงาน ร้อยละ 63.5 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 34 ประมาณ 10,000 บาท ถึง 25,000 บาท ร้อยละ 33.3 และสูงกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 32.7 ระยะเวลาที่มาเที่ยวมากกว่า 3 วันถึงร้อยละ 76 เป็นชาวต่างประเทศ ร้อยละ 73 และใช้ประสบการณ์ตัวเองเป็นข้อมูลที่ได้รับในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 47

ตารางที่ 4.1.2 เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว
ในจังหวัดภูเก็ต

เหตุผล	จำนวนตัวอย่าง					Mean	SD	เกณฑ์ระดับ
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)			
1. คุณภาพของสินค้า	(n = 4)	(n = 10)	(n = 96)	(n = 124)	(n = 164)	4.07	0.96	มาก
2. ความนิยมแฟชั่น	(n = 14)	(n = 32)	(n = 190)	(n = 114)	(n = 50)	3.39	0.92	ปานกลาง
3. ความสวยงาม	(n = 6)	(n = 24)	(n = 102)	(n = 146)	(n = 122)	3.89	0.96	มาก
4. การออกแบบ	(n = 4)	(n = 16)	(n = 126)	(n = 158)	(n = 96)	3.81	0.87	มาก
5. ขนาดของสินค้า	(n = 10)	(n = 32)	(n = 194)	(n = 104)	(n = 60)	3.43	0.93	ปานกลาง
6. การใช้ประโยชน์	(n = 8)	(n = 50)	(n = 178)	(n = 102)	(n = 62)	3.40	0.96	ปานกลาง
7. มีสีสันเฉพาะตัว	(n = 8)	(n = 32)	(n = 156)	(n = 136)	(n = 68)	3.56	0.93	ปานกลาง
8. หีบห่อบรรจุภัณฑ์	(n = 26)	(n = 80)	(n = 168)	(n = 102)	(n = 24)	3.05	0.98	ปานกลาง
9. ราคาเหมาะสม	(n = 2)	(n = 12)	(n = 110)	(n = 98)	(n = 178)	4.10	0.94	มาก
10. การบริการของผู้ขาย	(n = 2)	(n = 28)	(n = 144)	(n = 122)	(n = 104)	3.74	0.94	มาก
11. ที่ตั้งร้านค้า	(n = 20)	(n = 50)	(n = 206)	(n = 108)	(n = 16)	3.13	0.86	ปานกลาง
12. การจัดส่งสินค้า	(n = 26)	(n = 66)	(n = 202)	(n = 92)	(n = 14)	3.01	0.89	ปานกลาง
13. การลดราคา	(n = 20)	(n = 66)	(n = 176)	(n = 72)	(n = 66)	3.24	1.07	ปานกลาง
14. มีเอกลักษณ์ไทย	(n = 8)	(n = 20)	(n = 152)	(n = 98)	(n = 122)	3.76	1.01	มาก

จากตารางแสดงเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสินค้าที่มี ราคาเหมาะสม คุณภาพของสินค้า ความสวยงาม การออกแบบ การบริการของผู้ขายและมีเอกลักษณ์ไทยอยู่ในระดับมาก ซึ่งส่วนใหญ่สอดคล้องกับงานวิจัยของคณะวิจัยจาก จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2534) ที่ได้สำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวในเรื่องการ

ซื้อสินค้าของที่ระลึกปี 2533 พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา รูปแบบ และความเป็นเอกลักษณ์ไทย เป็นหลักในการพิจารณาเพื่อการซื้อสินค้าส่วน เหตุผลอื่นๆอยู่ในระดับการพิจารณาเลือกซื้อที่ระดับปานกลาง สำหรับการจัดส่งสินค้า หีบห่อบรรจุภัณฑ์ และที่ตั้งร้านค้า เป็นเหตุผลที่นักท่องเที่ยวใช้พิจารณาในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง 3 ลำดับสุดท้าย ซึ่งสอดคล้องกับจากการศึกษาของการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2532) เรื่องปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอัน เนื่องมาจากการซื้อสินค้าของที่ระลึกอย่างมาก ปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่ ปัญหาสินค้าปลอม สินค้าไม่ได้มาตรฐาน จ่ายเงินซื้อสินค้าแล้วไม่ส่งสินค้าให้ตามที่ตกลงกัน และการ จำหน่ายสินค้าในราคาสูง ปัญหาเหล่านี้ เกิดจากสาเหตุต่าง ๆ คือ การขาดมาตรการ กำหนดและควบคุมคุณภาพของสินค้า ทำให้เกิดปัญหาสินค้าไม่ได้มาตรฐานตามที่ กำหนด

ตารางที่ 4.1.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ได้รับความนิยม การซื้อสินค้า และเป็นสินค้า ที่เหมาะสมกับพื้นที่ จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

ผลิตภัณฑ์	เหมาะสมกับพื้นที่	ความสนใจ	การซื้อสินค้า
	ร้อยละ(จำนวน)	ร้อยละ(จำนวน)	ร้อยละ(จำนวน)
1. ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย	26 (n = 104)	29.5 (n = 118)	48.5 (n = 194)
2. ดอกไม้ประดิษฐ์	9 (n = 36)	4 (n = 16)	18 (n = 72)
3. เครื่องจักสาน	7.5 (n = 30)	3 (n = 12)	22 (n = 88)
4. เครื่องประดับไข่มุก	27.5 (n = 110)	19.5 (n = 78)	36 (n = 144)
5. ผ้าทอพื้นเมือง	40 (n = 160)	34 (n = 136)	45.5 (n = 182)
6. หัตถกรรมโลหะ	9.5 (n = 38)	7 (n = 28)	16.5 (n = 66)
7. เครื่องเคลือบดินเผา	16 (n = 64)	10 (n = 40)	20 (n = 80)
8. ภาพเขียน-พิมพ์	16.5 (n = 66)	9.5 (n = 38)	24 (n = 96)
9. เครื่องกระดาษและหนัง	14.5 (n = 58)	12 (n = 48)	18 (n = 72)
10. สิ่งประดิษฐ์แกะสลัก	16.5 (n = 66)	9 (n = 36)	22 (n = 88)
11. ผ้าลายบาติก	34 (n = 136)	29 (n = 116)	41.5 (n = 166)
12. รูปปั้น	20 (n = 82)	11(n = 44)	20.5 (n = 82)
13. อื่น ๆ	3.5 (n = 14)	5.5 (n = 26)	5 (n = 20)

จากตารางที่ 4.1.3 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตสนใจผ้าทอพื้นเมือง ร้อยละ 40 และผ้าบาติก ร้อยละ 34 มากที่สุดและได้ซื้อสินค้าทั้งสองชนิดเป็นของที่ระลึกมากที่สุดด้วย จำนวนทั้งสิ้นร้อยละ 34 และร้อยละ 29 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่วนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 40 เลือกว่าเหมาะสมกับพื้นที่มากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย ผ้าทอพื้นเมืองและผ้าลายบาติก ซึ่งสินค้าทั้งสามชนิดที่นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้ามากที่สุดด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคณะวิจัยจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย(2534) ที่ได้สำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวในเรื่องการซื้อสินค้าของที่ระลึกปี 2533 พบว่า สินค้าที่เป็นที่นิยมสูงในหมู่นักท่องเที่ยวและสินค้าที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซื้อ มากเป็นอันดับหนึ่งถึงสาม ได้แก่ ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย ตามลำดับ ซึ่งภูเก็ตมีผ้าลายบาติกเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น ส่วนเครื่องประดับไข่มุกและผลิตภัณฑ์เปลือกหอยเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและเลือกซื้อในลำดับต่อมาเพราะนักท่องเที่ยวต้องการของที่ระลึกที่สามารถระลึกถึงท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจังหวัดชายทะเลอื่นๆ เช่น ภูเก็ต (2535) พบว่าจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเลนี้เอง มักทำให้มีการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อเป็นของขวัญของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งผลิตภัณฑ์อาหารคาว-หวาน อาหารแห้งจากทะเล สิ่งประดิษฐ์จากวัสดุทางทะเล เป็นต้น

ตารางที่ 4.1.4 ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว
ในจังหวัด ภูเก็ต

ผลิตภัณฑ์	จำนวนตัวอย่าง					Mean	SD	เกณฑ์ระดับ
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)			
1. ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย (n = 80)	(n = 52)	(n = 148)	(n = 72)	(n = 48)	2.89	1.21	ปานกลาง	
2. ดอกไม้ประดิษฐ์ (n = 80)	(n = 82)	(n = 172)	(n = 52)	(n = 14)	2.60	1.06	ปานกลาง	
3. เครื่องจักสาน (n = 46)	(n = 74)	(n = 190)	(n = 66)	(n = 24)	2.87	1.01	ปานกลาง	
4. เครื่องประดับไข่มุก (n = 52)	(n = 54)	(n = 134)	(n = 88)	(n = 72)	3.18	1.25	ปานกลาง	
5. ผ้าทอพื้นเมือง (n = 16)	(n = 40)	(n = 140)	(n = 118)	(n = 86)	3.55	1.06	ปานกลาง	
6. หัตถกรรมโลหะ (n = 54)	(n = 68)	(n = 188)	(n = 72)	(n = 18)	2.83	1.02	ปานกลาง	
7. เครื่องเคลือบดินเผา (n = 32)	(n = 76)	(n = 180)	(n = 88)	(n = 24)	2.99	0.99	ปานกลาง	
8. ภาพเขียน-พิมพ์ (n = 40)	(n = 52)	(n = 178)	(n = 86)	(n = 44)	3.10	1.09	ปานกลาง	
9. เครื่องกระดาษและหนัง (n = 42)	(n = 68)	(n = 184)	(n = 76)	(n = 30)	2.96	1.04	ปานกลาง	
10. สิ่งประดิษฐ์แกะสลัก (n = 46)	(n = 56)	(n = 172)	(n = 80)	(n = 46)	3.06	1.12	ปานกลาง	
11. ผ้าลายบาติก (n = 56)	(n = 34)	(n = 134)	(n = 86)	(n = 90)	3.30	1.29	ปานกลาง	
12. รูปปั้น (n = 52)	(n = 52)	(n = 168)	(n = 88)	(n = 40)	3.03	1.13	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.1.4 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีความต้องการซื้อผ้าทอพื้นเมืองสูงสุดที่ค่าเฉลี่ย 3.55 และผ้าบาติกรองลงมาที่ค่าเฉลี่ย 3.30 ซึ่งเครื่องประดับไข่มุกก็ได้รับความต้องการปานกลางในอันดับต่อมา(3.18) ซึ่งมีความต้องการดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับผลการสำรวจตามตารางที่ 4.1.3 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตสนใจผ้าทอพื้นเมือง ผ้าบาติก และเครื่องประดับไข่มุกมากที่สุดและได้ซื้อสินค้าทั้งสามชนิดเป็นของที่ระลึกมากที่สุดด้วย ส่วนที่มีระดับปานกลาง 3 ลำดับสุดท้าย คือ ดอกไม้ประดิษฐ์ หัตถกรรมโลหะและเครื่องจักสาน ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวไม่มากนัก

4.2 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดพังงา

ตารางที่ 4.2.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงา

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)
1. เพศ	
- ชาย	49.5 (n = 198)
- หญิง	50.5 (n = 202)
2. อายุ	
- ต่ำกว่า 20 ปี	15.5 (n = 62)
- 21 ปี ถึง 40 ปี	55.6 (n = 223)
- 41 ปี ขึ้นไป	28.9 (n = 115)
3. การศึกษา	
- ประถมศึกษา	0.8 (n = 3)
- มัธยมศึกษา	44.1 (n = 175)
- อุดมศึกษา	55.1 (n = 213)
4. อาชีพ	
- นักเรียน / นักศึกษา	20.8 (n = 82)
- รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	19.5 (n = 77)
- รับจ้างทั่วไป	17.8 (n = 70)
- ประกอบอาชีพส่วนตัว	15.2 (n = 60)
- พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	9.1 (n = 36)
- เกษตรกร	5.6 (n = 22)
- แม่บ้าน / วางงาน และอื่นๆ	11.9 (n = 47)
5. รายได้ต่อเดือน	
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	37.8 (n = 136)
- 10,000 บาท ถึง 25,000 บาท	31.4 (n = 113)
- สูงกว่า 25,000 บาท	30.8 (n = 111)
6. จำนวนวันที่มาเที่ยว	
- น้อยกว่า 3 วัน	24.9 (n = 99)
- 3 วัน ถึง 6 วัน	51.6 (n = 205)
- มากกว่า 6 วัน	23.4 (n = 93)

ตารางที่ 4.2.1 (ต่อ) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงา

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	
7. แหล่งสัญชาติ		
- ประเทศไทย	55	(n = 220)
- เอเชีย	8.4	(n = 33)
- ยุโรป	27.8	(n = 111)
- อเมริกาเหนือ	6.8	(n = 27)
- อื่นๆ	2	(n = 9)
8. ข้อมูลที่ได้รับในการตัดสินใจซื้อ		
- บริษัททัวร์	17.5	(n = 70)
- ไกด์นำเที่ยว	13	(n = 52)
- เพื่อนฝูง	26.50	(n = 106)
- ประสบการณ์ตัวเอง	43	(n = 172)
-ญาติพี่น้อง	17	(n = 68)
- วิทยุ / โทรทัศน์	1.5	(n = 6)
- สื่อโฆษณา / ใบปลิว	13.8	(n = 55)
- พนักงานขาย	13	(n = 52)
- อื่นๆ	4.3	(n = 17)

จากตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงา พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นหญิง ร้อยละ 50.5 และชาย ร้อยละ 49.5 ส่วนใหญ่อายุ 21 ปี ถึง 40 ปี ร้อยละ 55.6 จบการศึกษาชั้นอุดมศึกษา ร้อยละ 55.1 มีอาชีพการงาน ร้อยละ 67.3 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 37.8 ประมาณ 10,000 บาท ถึง 25,000 บาท ร้อยละ 31.4 และสูงกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 30.8 ระยะเวลาที่มาเที่ยวมากกว่า 3 วันถึงร้อยละ 74 เป็นชาวไทยร้อยละ 55 และต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป ร้อยละ 27.8 และใช้ ประสบการณ์ตัวเองเป็นข้อมูลที่ได้รับในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 43

ตารางที่ 4.2.2 เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว
ในจังหวัดพังงา

เหตุผล	จำนวนตัวอย่าง					Mean	SD	เกณฑ์ระดับ
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)			
1. คุณภาพของสินค้า	(n = 6)	(n = 22)	(n = 69)	(n = 191)	(n = 112)	3.95	0.90	มาก
2. ความนิยม แฟชั่น	(n = 6)	(n = 24)	(n = 185)	(n = 122)	(n = 63)	3.53	0.88	ปานกลาง
3. ความสวยงาม	(n = 9)	(n = 19)	(n = 119)	(n = 144)	(n = 109)	3.81	0.96	มาก
4. การออกแบบ	(n = 6)	(n = 19)	(n = 121)	(n = 179)	(n = 75)	3.75	0.87	มาก
5. ขนาดของสินค้า	(n = 15)	(n = 70)	(n = 168)	(n = 87)	(n = 60)	3.27	1.04	ปานกลาง
6. การใช้ประโยชน์	(n = 15)	(n = 38)	(n = 144)	(n = 149)	(n = 54)	3.47	0.97	ปานกลาง
7. มีสีสันเฉพาะตัว	(n = 21)	(n = 68)	(n = 154)	(n = 118)	(n = 39)	3.21	1.01	ปานกลาง
8. หีบห่อบรรจุภัณฑ์	(n = 45)	(n = 71)	(n = 152)	(n = 111)	(n = 21)	2.98	1.06	ปานกลาง
9. ราคาเหมาะสม	(n = 12)	(n = 28)	(n = 113)	(n = 156)	(n = 91)	3.72	0.99	มาก
10. การบริการของผู้ขาย	(n = 12)	(n = 57)	(n = 140)	(n = 145)	(n = 46)	3.39	0.97	ปานกลาง
11. ที่ตั้งร้านค้า	(n = 30)	(n = 73)	(n = 155)	(n = 111)	(n = 31)	3.10	1.03	ปานกลาง
12. การจัดส่งสินค้า	(n = 39)	(n = 91)	(n = 163)	(n = 82)	(n = 25)	2.91	1.03	ปานกลาง
13. การลดราคา	(n = 24)	(n = 109)	(n = 190)	(n = 55)	(n = 22)	2.85	0.92	ปานกลาง
14. มีเอกลักษณ์ไทย	(n = 21)	(n = 25)	(n = 139)	(n = 154)	(n = 61)	3.52	1.00	ปานกลาง

จากตารางแสดงเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงา พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีเพราะคุณภาพสินค้า ความสวยงาม การออกแบบ และราคาเหมาะสม ซึ่งมีระดับการใช้เหตุผลดังกล่าวในการพิจารณาเลือกซื้อในระดับมาก ซึ่งส่วนใหญ่สอดคล้องกับงานวิจัยของคณะวิจัยจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2534) ที่ได้สำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวในเรื่องการซื้อสินค้าของที่ระลึกปี 2533 พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา รูปแบบ และความเป็นเอกลักษณ์ไทย เป็นหลักในการพิจารณาเพื่อซื้อสินค้า

ส่วนเหตุผลอื่นๆอยู่ในระดับที่ปานกลาง สำหรับการลดราคา จัดส่งสินค้า และหีบห่อบรรจุภัณฑ์ เป็นเหตุผล 3 ลำดับสุดท้ายที่นักท่องเที่ยวใช้พิจารณาในการเลือกซื้อ

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง อ่างถึงคณะวิจัยจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2534) ได้เสนอปัจจัยที่เป็นปัญหาที่เป็นหลักในการพิจารณาเพื่อการซื้อขายสินค้าเช่นปัญหาของราคาที่ไม่ได้มาตรฐาน รูปแบบมีให้เลือกน้อยเกินไป สีสันทันไม่ได้มาตรฐานและมีให้เลือกน้อยขนาดและน้ำหนักไม่เหมาะในการพกพาตลอดจนการใช้วัสดุที่ไม่เหมาะสมกับคุณค่าของตัวสินค้า

ตารางที่ 4.2.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ได้รับความนิยม การซื้อสินค้า และเป็นสินค้าที่เหมาะสมกับพื้นที่ จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

ผลิตภัณฑ์	เหมาะสมกับพื้นที่	ความสนใจ	การซื้อสินค้า
	ร้อยละ(จำนวน)	ร้อยละ(จำนวน)	ร้อยละ(จำนวน)
1. ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย	51.8 (n = 207)	44 (n = 176)	73.3 (n = 293)
2. ดอกไม้ประดิษฐ์	10.8 (n = 43)	6.5 (n = 26)	27.5 (n = 110)
3. เครื่องจักสาน	15.8 (n = 63)	9.3 (n = 37)	29.3 (n = 117)
4. เครื่องประดับไข่มุก	37.5 (n = 150)	32.3 (n = 129)	68.8 (n = 275)
5. ผ้าทอพื้นเมือง	38.5 (n = 154)	33.3 (n = 133)	51.8 (n = 207)
6. หัตถกรรมโลหะ	9 (n = 36)	7 (n = 24)	17.3 (n = 69)
7. เครื่องเคลือบดินเผา	10 (n = 40)	5.5 (n = 22)	26.5 (n = 106)
8. ภาพเขียน-พิมพ์	16.5 (n = 66)	17 (n = 68)	28.3 (n = 113)
9. เครื่องกระดาษและหนัง	10.5 (n = 42)	3 (n = 12)	13.5 (n = 54)
10. สิ่งประดิษฐ์แกะสลัก	11 (n = 44)	8.5 (n = 34)	22.3 (n = 89)
11. ผ้าลายบาติก	28.8 (n = 115)	24 (n = 96)	54.5 (n = 218)
12. รูปปั้น	28 (n = 33)	4.5 (n = 18)	11.3 (n = 45)
13. อื่น ๆ	1.5 (n = 6)	3.8 (n = 15)	3 (n = 12)

จากตารางที่ 4.2.3 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงาสนใจผลิตภัณฑ์เปลือกหอย ผ้าทอพื้นเมือง และเครื่องประดับไข่มุกมากที่สุดและได้ซื้อสินค้าทั้งสามชนิดเป็นของที่ระลึกมากที่สุดด้วย จำนวนทั้งสิ้นร้อยละ 44 ร้อยละ 33.2 และร้อยละ 32.3 ของประชากรตัวอย่างทั้งหมด เพราะนักท่องเที่ยวต้องการของที่ระลึกที่สามารถระลึกถึงท้องถิ่นที่ได้ไปเยือน ทั้งนี้รองศาสตราจารย์วรรณ วรชวานิช (2539) ได้ชี้ว่าร้านขายของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะขายสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกซึ่งแตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่น อาจจะเป็นสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์ของท้องถิ่น

นั้น หรือเป็นของที่มีชื่อของท้องถิ่นนั้นดังนั้นของที่ระลึกในจังหวัดพังงาในความคิดของนักท่องเที่ยวควรเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเมื่อมีได้ครอบครองเพื่อเป็นเครื่องเตือนความจำ และการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีๆ ของที่ระลึกก็ควรมีคุณค่าเอกลักษณ์วัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นแฝงอยู่ ส่วนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 73.3 เลือกว่าเหมาะสมกับพื้นที่มากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย ซึ่งเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวได้ซื้อมากที่สุดด้วยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภรดี พันธุภากร (2535) พบว่าแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเลมักทำให้มีการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากวัสดุทางทะเลเพื่อเป็นของขวัญของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.2.4 ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพังงา

ผลิตภัณฑ์	จำนวนตัวอย่าง					Mean	SD	เกณฑ์ระดับ
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)			
1. ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย (n = 33)	(n = 36)	(n = 109)	(n = 108)	(n = 114)	3.58	1.20	ปานกลาง	
2. ดอกไม้ประดิษฐ์ (n = 39)	(n = 78)	(n = 190)	(n = 53)	(n = 40)	2.94	1.06	ปานกลาง	
3. เครื่องจักสาน (n = 36)	(n = 72)	(n = 167)	(n = 86)	(n = 39)	3.05	1.07	ปานกลาง	
4. เครื่องประดับไข่มุก (n = 28)	(n = 60)	(n = 158)	(n = 78)	(n = 76)	3.28	1.14	ปานกลาง	
5. ผ้าทอพื้นเมือง (n = 15)	(n = 58)	(n = 134)	(n = 143)	(n = 50)	3.39	1.00	ปานกลาง	
6. หัตถกรรมโลหะ (n = 33)	(n = 87)	(n = 185)	(n = 60)	(n = 35)	2.94	1.02	ปานกลาง	
7. เครื่องเคลือบดินเผา (n = 21)	(n = 111)	(n = 171)	(n = 64)	(n = 33)	2.94	0.99	ปานกลาง	
8. ภาพเขียน-พิมพ์ (n = 36)	(n = 78)	(n = 158)	(n = 90)	(n = 38)	3.04	1.08	ปานกลาง	
9. เครื่องกระดาษและหนัง (n = 27)	(n = 109)	(n = 158)	(n = 77)	(n = 29)	2.93	1.01	ปานกลาง	
10. สิ่งประดิษฐ์แกะสลัก (n = 33)	(n = 109)	(n = 156)	(n = 83)	(n = 19)	2.86	0.99	ปานกลาง	
11. ผ้าลายบาติก (n = 25)	(n = 75)	(n = 130)	(n = 128)	(n = 42)	.22	1.06	ปานกลาง	
12. รูปปั้น (n = 61)	(n = 112)	(n = 145)	(n = 55)	(n = 27)	2.69	1.10	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.2.4 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงามีความต้องการซื้อของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง ซึ่งผลิตภัณฑ์เปลือกหอยมีความต้องการในระดับที่ค่าเฉลี่ย 3.58 และผ้าทอพื้นเมืองมากรองลงมาที่ระดับค่าเฉลี่ย 3.39 ซึ่งเครื่องประดับไข่มุกก็ได้รับความนิยมในอันดับต่อมาแต่ระดับความต้องการมีไม่

มากน้อยอยู่เพียงระดับปานกลาง (3.28) ซึ่งมีความต้องการดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับผลการสำรวจตามตารางที่ 2.3 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงาสนใจผลิตภัณฑ์เปลือกหอย ผ้าทอพื้นเมือง และเครื่องประดับไข่มุกมากที่สุดและได้ซื้อสินค้าทั้งสามชนิดเป็นของที่ระลึกมากที่สุดด้วย ส่วนที่มีระดับความต้องการ 6 ลำดับสุดท้าย คือ รูปปั้นสิ่งประดิษฐ์แกะสลัก เครื่องกระดาดและหนัง ดอกไม้ประดิษฐ์ ทัศนกรรมโลหะและเครื่องเคลือบดินเผา นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงาสนใจน้อยและได้ซื้อสินค้าทั้งหกชนิดเป็นของที่ระลึกน้อยเช่นกัน

4.3 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวและเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดกระบี่

ตารางที่ 4.3.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)
1. เพศ	
- ชาย	46.3 (n = 184)
- หญิง	53.7 (n = 213)
2. อายุ	
- ต่ำกว่า 20 ปี	19.6 (n = 78)
- 21 ปี ถึง 40 ปี	64.7 (n = 260)
- 41 ปี ขึ้นไป	15.7 (n = 62)
3. การศึกษา	
- ประถมศึกษา	3.5 (n = 14)
- มัธยมศึกษา	48.5 (n = 190)
- อุดมศึกษา	48 (n = 190)
4. อาชีพ	
- นักเรียน / นักศึกษา	25.9 (n = 103)
- รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	14.9 (n = 59)
- รับจ้างทั่วไป	20.7 (n = 82)
- ประกอบอาชีพส่วนตัว	14.9 (n = 59)
- พนักงานบริษัท / ห้างร้าน	8.3 (n = 33)
- เกษตรกร	3 (n = 12)
- แม่บ้าน / ว่างงาน และอื่นๆ	12.4 (n = 49)

ตารางที่ 4.3.1 (ต่อ) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว	ร้อยละ (จำนวนตัวอย่าง)	
5. รายได้ต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 10,000 บาท	36.6	(n = 115)
- 10,000 บาท ถึง 25,000 บาท	37.5	(n = 120)
- สูงกว่า 25,000 บาท	25.9	(n = 83)
6. จำนวนวันที่มาเที่ยว		
- น้อยกว่า 3 วัน	22.1	(n = 87)
- 3 วัน ถึง 6 วัน	47.4	(n = 187)
- มากกว่า 6 วัน	30.5	(n = 120)
7. แหล่งสัญชาติ		
- ประเทศไทย	46	(n = 176)
- เอเชีย	12.6	(n = 56)
- ยุโรป	30.5	(n = 122)
- อเมริกาเหนือ	2.3	(n = 9)
- ออสเตรเลีย	2.8	(n = 11)
- อื่นๆ	5.8	(n = 26)
8. ข้อมูลที่ได้รับในการตัดสินใจซื้อ		
- บริษัททัวร์	10.5	(n = 42)
- ไกด์นำเที่ยว	7	(n = 28)
- เพื่อนฝูง	30	(n = 120)
- ประสบการณ์ตัวเอง	45.3	(n = 181)
- ญาติพี่น้อง	13.3	(n = 53)
- วิทยุ / โทรทัศน์	3	(n = 12)
- สื่อโฆษณา / ใบปลิว	9.3	(n = 37)
- พนักงานขาย	7.5	(n = 30)
- อื่นๆ	4.5	(n = 18)

จากตารางแสดงข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวเป็นหญิง ร้อยละ 53.7 และชาย ร้อยละ 46.3 ส่วนใหญ่อายุ 21 ปี ถึง 40 ปี ร้อยละ 64.7 จบการศึกษาระดับอุดมศึกษา ร้อยละ 59 มีอาชีพการงาน ร้อยละ 61.7

มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 36.6 ประมาณ 10,000 บาท ถึง 25,000 บาท ร้อยละ 37.5 และสูงกว่า 25,000 บาท ร้อยละ 25.9 ระยะเวลาที่มาเที่ยวมากกว่า 3 วันถึงร้อยละ 77.9 เป็นชาวต่างประเทศ ร้อยละ 54 และใช้ ประสบการณ์ตัวเองเป็นข้อมูลที่ได้รับในการตัดสินใจซื้อ ร้อยละ 45.3

ตารางที่ 4.3.2 เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว
ในจังหวัดกระบี่

เหตุผล	จำนวนตัวอย่าง					Mean	SD	เกณฑ์ระดับ
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)			
1. คุณภาพของสินค้า	(n = 6)	(n = 9)	(n = 68)	(n = 131)	(n = 186)	4.2	0.91	มาก
2. ความนิยม แฟชั่น	(n = 28)	(n = 31)	(n = 151)	(n = 128)	(n = 60)	3.4	1.06	ปานกลาง
3. ความสวยงาม	(n = 5)	(n = 0)	(n = 45)	(n = 188)	(n = 160)	4.23	0.81	มาก
4. การออกแบบ	(n = 0)	(n = 16)	(n = 62)	(n = 176)	(n = 144)	4.10	0.87	มาก
5. ขนาดของสินค้า	(n = 37)	(n = 51)	(n = 138)	(n = 105)	(n = 67)	3.27	1.19	ปานกลาง
6. การใช้ประโยชน์	(n = 29)	(n = 37)	(n = 107)	(n = 136)	(n = 81)	3.50	1.17	ปานกลาง
7. มีสีสันเฉพาะตัว	(n = 5)	(n = 48)	(n = 108)	(n = 159)	(n = 76)	3.64	0.97	ปานกลาง
8. หีบห่อบรรจุภัณฑ์	(n = 86)	(n = 61)	(n = 137)	(n = 67)	(n = 49)	2.83	1.28	ปานกลาง
9. ราคาเหมาะสม	(n = 0)	(n = 100)	(n = 126)	(n = 157)	(n = 157)	4.10	0.88	มาก
10. การบริการของผู้ขาย	(n = 7)	(n = 40)	(n = 83)	(n = 135)	(n = 135)	3.88	1.04	มาก
11. ที่ตั้งร้านค้า	(n = 22)	(n = 40)	(n = 144)	(n = 142)	(n = 52)	3.40	1.02	ปานกลาง
12. การจัดส่งสินค้า	(n = 59)	(n = 43)	(n = 153)	(n = 118)	(n = 27)	3.03	1.13	ปานกลาง
13. การลดราคา	(n = 59)	(n = 43)	(n = 137)	(n = 99)	(n = 62)	3.15	1.24	ปานกลาง
14. มีเอกลักษณ์ไทย	(n = 23)	(n = 23)	(n = 81)	(n = 142)	(n = 131)	3.84	1.12	มาก

จากตาราง 4.3.2 แสดงเหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากในการพิจารณาเลือกซื้อสำหรับ ความสวยงามของสินค้า คุณภาพของสินค้า ราคาเหมาะสม การออกแบบ การบริการของผู้ขาย และ มีเอกลักษณ์ไทย ซึ่งส่วนใหญ่สอดคล้องกับงานวิจัยของคณะวิจัยจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2534) ที่ได้สำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวในเรื่องการซื้อสินค้าของที่ระลึกปี 2533 พบว่านักท่องเที่ยวให้

ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา รูปแบบ และความเป็นเอกลักษณ์ไทย เป็นหลักในการพิจารณาเพื่อการซื้อสินค้า

ส่วนเหตุผลอื่นๆอยู่ในระดับที่ปานกลาง สำหรับ การลดราคา หีบห่อบรรจุภัณฑ์ และการจัดส่งสินค้า เป็น 3 เหตุผลสุดท้ายที่นักท่องเที่ยวใช้พิจารณาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง ซึ่งคณะวิจัยจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2534) พบปัจจัยที่เป็นปัญหาที่เป็นหลักในการพิจารณาเพื่อการซื้อสินค้าเช่นปัญหาของราคาที่ไม่ได้มาตรฐาน ขนาดและน้ำหนักไม่เหมาะในการพกพาตลอดจนการใช้วัสดุที่ไม่เหมาะสมกับคุณค่าของตัวสินค้า ซึ่งเป็นเหตุผลที่นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับจากการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2532) เรื่องปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากการซื้อสินค้าของที่ระลึกอย่างมาก ปัญหาที่เกิดขึ้นได้แก่ ปัญหา จ่ายเงินซื้อสินค้าแล้วไม่ส่งสินค้าให้ตามที่ตกลงกันซึ่งทำให้เกิดปัญหาสินค้าไม่ได้มาตรฐานตามที่กำหนด

ตารางที่ 4.3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ได้รับความนิยม การซื้อสินค้า และเป็นสินค้าที่เหมาะสมกับพื้นที่ จากนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ผลิตภัณฑ์	เหมาะสมกับพื้นที่ ร้อยละ(จำนวน)	ความสนใจ ร้อยละ(จำนวน)	การซื้อสินค้า ร้อยละ(จำนวน)
1. ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย	25.3 (n = 101)	24 (n = 99)	62.3 (n = 249)
2. ดอกไม้ประดิษฐ์	6.8 (n = 27)	7.8 (n = 31)	28.3 (n = 113)
3. เครื่องจักสาน	13.5 (n = 54)	11.3 (n = 45)	40.5 (n = 162)
4. เครื่องประดับไข่มุก	13.8 (n = 55)	12.8 (n = 51)	40 (n = 160)
5. ผ้าทอพื้นเมือง	38 (n = 152)	37 (n = 148)	52.3 (n = 209)
6. หัตถกรรมโลหะ	8.3 (n = 33)	10.3 (n = 41)	26 (n = 104)
7. เครื่องเคลือบดินเผา	15.3 (n = 61)	7 (n = 28)	29.3 (n = 117)
8. ภาพเขียน-พิมพ์	24 (n = 96)	12.5 (n = 50)	36 (n = 144)
9. เครื่องกระดาษและหนัง	9.5 (n = 38)	8 (n = 35)	32.3 (n = 129)
10. สิ่งประดิษฐ์แกะสลัก	23 (n = 92)	10.8 (n = 43)	31.8 (n = 127)
11. ผ้าลายบาติก	25 (n = 100)	24.3 (n = 97)	43.5 (n = 174)
12. รูปปั้น	22.8 (n = 91)	9 (n = 36)	25.8 (n = 103)
13. อื่น ๆ	8.3 (n = 33)	5.5 (n = 22)	7 (n = 28)

จากตารางที่ 4.3.3 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดกระบี่สนใจผ้าทอพื้นเมืองมากที่สุดและได้ซื้อสินค้าชนิดนี้เป็นของที่ระลึกมากที่สุดด้วย จำนวนทั้งสิ้นร้อยละ 37 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของคณะวิจัยจากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2534) ที่ได้สำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวในเรื่องการซื้อสินค้าของที่ระลึกปี 2533 พบว่า สินค้าที่เป็นที่นิยมสูงในหมู่นักท่องเที่ยว และสินค้าที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซื้อเป็นอันดับหนึ่งถึงสาม ได้แก่ ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าฝ้ายและผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย ตามลำดับ

ส่วนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวกว่าครึ่งเลือกว่าเหมาะสมกับพื้นที่มากที่สุดคือ ผลิตภัณฑ์เปลือกหอยและผ้าทอพื้นเมือง ของที่ระลึกในจังหวัดกระบี่ในความคิดของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเมื่อมีไว้ครอบครองเพื่อเป็นเครื่องเตือนความจำ และการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีๆ ของที่ระลึกก็ควรมีคุณค่า เอกลักษณะวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นแฝงอยู่ ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวจะต่างกันซึ่งทำให้ของที่ระลึกในแต่ละที่ก็มีความแตกต่างกันเนื่องจากอิทธิพลของ วัสดุที่ใช้ทำ เทคนิคการทำ (และค่านิยมหรือประเพณีนิยมในท้องถิ่น (ประเสริฐ ศีลรัตน์. 2531) ส่วนผลิตภัณฑ์เปลือกหอย ซึ่งสินค้าที่นักท่องเที่ยวได้ซื้อสินค้ามากที่สุดด้วยและนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 62.3 เลือกว่าเหมาะสมกับพื้นที่มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของภรดี พันธุภากร (2535) พบว่าจากการที่จังหวัดใกล้เคียงที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเล มักทำให้มีการทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากวัสดุทางทะเลเพื่อเป็นของขวัญของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.3.4 ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว
ในจังหวัดกระบี่

ผลิตภัณฑ์	จำนวนตัวอย่าง					Mean	SD	เกณฑ์ระดับ
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)			
1. ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย (n = 101)	(n = 63)	(n = 123)	(n = 50)	(n = 63)	2.78	1.37	ปานกลาง	
2. ดอกไม้ประดิษฐ์ (n = 106)	(n = 113)	(n = 95)	(n = 70)	(n = 16)	2.44	1.17	ปานกลาง	
3. เครื่องจักสาน (n = 70)	(n = 84)	(n = 140)	(n = 79)	(n = 27)	2.77	1.15	ปานกลาง	
4. เครื่องประดับไข่มุก (n = 64)	(n = 82)	(n = 106)	(n = 112)	(n = 36)	2.94	1.22	ปานกลาง	
5. ผ้าทอพื้นเมือง (n = 23)	(n = 46)	(n = 110)	(n = 126)	(n = 95)	3.56	1.14	ปานกลาง	
6. หัตถกรรมโลหะ (n = 70)	(n = 65)	(n = 155)	(n = 78)	(n = 32)	2.84	1.17	ปานกลาง	
7. เครื่องเคลือบดินเผา (n = 59)	(n = 62)	(n = 154)	(n = 102)	(n = 23)	2.92	1.11	ปานกลาง	
8. ภาพเขียน-พิมพ์ (n = 51)	(n = 48)	(n = 117)	(n = 131)	(n = 53)	3.22	1.20	ปานกลาง	
9. เครื่องกระดุมและหนัง (n = 46)	(n = 83)	(n = 128)	(n = 121)	(n = 22)	2.97	1.09	ปานกลาง	
10. สิ่งประดิษฐ์แกะสลัก (n = 49)	(n = 69)	(n = 87)	(n = 121)	(n = 74)	3.26	1.28	ปานกลาง	
11. ผ้าลายบาติก (n = 30)	(n = 75)	(n = 131)	(n = 131)	(n = 33)	3.16	1.06	ปานกลาง	
12. รูปปั้น (n = 66)	(n = 48)	(n = 108)	(n = 133)	(n = 45)	3.11	1.25	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.3.4 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีความต้องการซื้อผ้าทอพื้นเมืองปานกลางในระดับค่าเฉลี่ยที่ 3.56 ซึ่งความต้องการดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับผลการสำรวจตามตารางที่ 3.3 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงาสงใจผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง มากที่สุดและได้ซื้อเป็นของที่ระลึกมากที่สุดด้วย ซึ่งมีความต้องการใกล้เคียงกับสิ่งประดิษฐ์แกะสลัก ภาพเขียน-พิมพ์ ผ้าลายบาติกและรูปปั้น ก็ได้รับความต้องการในระดับความต้องการมีอยู่เพียงระดับปานกลางสำหรับสินค้าอีก 7 ชนิดมีระดับความต้องการปานกลางเช่นกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงาสงใจน้อยและได้ซื้อสินค้าทั้ง 7 ชนิดเป็นของที่ระลึกน้อยเช่นกัน

4.4 ผลการวิจัยในส่วนของผู้จำหน่าย – ผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในเขตพื้นที่ ภูเก็ต พังงา และ กระบี่

ผลการวิจัยของผู้จำหน่ายของที่ระลึกและผู้ผลิต ได้รับการตอบกลับจากทางไปรษณีย์ตอบรับ ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถามได้ในสัดส่วนที่ต่ำแม้ได้ทวงถามให้ส่งแบบสอบถามคืนกลับมา ส่วนใหญ่ได้คำตอบว่ารอเจ้าของหรือผู้จัดการก่อน ดังนั้นในบทนี้จึงขอนำเสนอด้านคุณภาพที่ได้จากแบบสอบถามในลักษณะปลายเปิดและการออกภาคสนามสัมภาษณ์โดยใช้แบบสอบถามเป็นหลักมาเสนอ ดังนี้

ตารางที่ 4.4.1 ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้จำหน่าย

ผู้จำหน่าย	ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิต
1	1. ฝีมือ 2. การออกแบบดีไซน์ 3. คุณภาพสินค้าและราคาต้องใกล้เคียงกันมากที่สุด
2	1. สามารถนำไปใช้จริงได้ในชีวิตประจำวัน 2. ให้นำทรัพยากรหรือวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาเพิ่มค่าเพื่อราคาจะได้ไม่สูงนัก
3	ศึกษานิสัย พฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ให้ละเอียด บางทีของสวย ๆ งาน ๆ ของประณีตก็ไม่ตรงตามความต้องการ ของฉาบฉวยแต่เท่หรืออาจถูกใจมากกว่า ซื่อขายง่ายกว่า ไม่ต้องตัดสินใจนาน ใจเดียวคืออาจโดนใจกว่า ของที่ใช้งานได้ด้วยน่าจะไปได้ดีกว่า สรุปว่าต้องดูความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างถ่องแท้ คิดถึงใจเขาใจเราแล้วจะไม่เสียแรงเปล่า ตัวอย่างเช่นดอกไม้ประดิษฐ์สวยงามก็จริงแต่ตลาดแคบมาก หากประยุกต์ร่วมกับการใช้งานอื่น ๆ อาจไปได้สวยกว่านี้ โอกาสใช้งานหลากหลายขึ้น ไม่ใช่ใส่แจกันอย่างเดียว
4	1. มาตรฐานสินค้าและราคา 2. ให้ความสำคัญกับการออกแบบอย่างมีรากฐาน ข้อมูลและรสนิยม 3. ความซื่อตรง
5	1. การออกแบบ ต้องมีดีไซน์และสามารถใช้งานจริงได้ดี 2. คุณภาพต้องอยู่ในเกณฑ์ที่แข่งขันกับต่างประเทศได้

ตารางที่ 4.4.1 (ต่อ) ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้จำหน่าย

ผู้จำหน่าย	ข้อเสนอแนะต่อผู้ผลิต
6	คุณภาพของงาน การพัฒนารูปแบบ น้ำหนัก ขนาดและความปลอดภัยในตัวสินค้า (แหลมคม) ให้นักท่องเที่ยวสามารถนำกลับไปได้ง่ายขึ้น และผลิตภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าให้ดูดี เช่น งานโลหะไม่เคยพัฒนาเรื่องการควบคุมน้ำหนักให้ได้เบาที่สุด
7	โลโก้ สัญลักษณ์ประจำจังหวัดยังไม่เด่นชัด และสินค้าที่ผลิตออกจำหน่ายไม่มีโลโก้ที่บ่งบอกความเป็นภูเก็ทเลย
8	ไม่มี
9	ต้องมีการพัฒนาฝีมืออย่างต่อเนื่อง
10	ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ ราคาที่เหมาะสมกับวัตถุดิบ
17	ไม่มี
18	ให้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ คงทน ใช้งานได้นาน ทันสมัยเข้ากับยุคได้ราคาไม่แพง
19	สินค้าที่ออกมาสู่ในตลาดได้ต้องเน้นฝีมือ และคุณภาพเพราะสิ่งเหล่านี้คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ซื้อประทับใจในสินค้าและอยากกลับมาซื้ออีก ที่สำคัญคือทำอย่างไรจะให้ผู้ซื้อกลับมาซื้ออีกในครั้งต่อไป
20	การผลิตสินค้าจะต้องมีมาตรฐาน และมีคุณภาพที่สม่ำเสมอ พร้อมทั้งรูปแบบของผลิตภัณฑ์ ต้องศึกษากลุ่มลูกค้าว่าเป็นชนชาติใดชอบรูปแบบอย่างไร แต่ถ้าเป็นสินค้าที่มีลักษณะความเป็นไทย ลายไทย หรือเป็นลายเฉพาะท้องถิ่น ก็จะเหมาะกับลูกค้าทุก ๆ ชาติ
21	ให้เน้นคุณภาพไม่ใช่ปริมาณ
22	ผู้ผลิตสินค้าต้องผลิตสินค้าให้มีคุณภาพดี ใช้งานได้นาน และควรคำนึงถึงการใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานได้จริง ไม่ใช่แค่เครื่องประดับหรือของตั้งโชว์เพียงอย่างเดียว

จากผลการสำรวจตามตารางที่ 4.4.1 พบว่าผู้จำหน่ายเสนอแนะให้ผู้ผลิตพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการความผู้จำหน่ายและนักท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่ให้ผู้ผลิตเน้นด้านคุณภาพที่สม่ำเสมอ ได้มาตรฐาน โดยเน้นการออกแบบให้ใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้ ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง อีกทั้งให้มีความสวยงาม มีเอกลักษณ์ ใช้วัสดุที่มีอยู่ในพื้นที่ และราคาที่เหมาะสม

**ตารางที่ 4.4.2 การส่งเสริมหรือช่วยเหลือหน่วยงานของรัฐเพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจของ
ที่ระลึกให้ตรงกับความต้องการของผู้จำหน่าย**

ผู้จำหน่าย	การส่งเสริมหรือช่วยเหลือหน่วยงานของรัฐ
1	1. ด้านการลงทุน และเงินทุน 2. ภาษี 3. ส่งเสริมฝีมือ และเครื่องจักร
2	1. ด้านการลงทุน 2. ด้านการออกแบบ 3. ด้านการคุ้มครองลิขสิทธิ์ทางปัญญา
3	จัดหาทำเลในแหล่งท่องเที่ยว เป็นศูนย์รวมของที่ระลึก สไตส์เดียวกับจตุจักร กระจายไปทุกจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ให้มีอาสาสมัครบริหารจัดการ ศูนย์เป้าหมายเปิดโอกาสให้ประชาชนขายย่อยมีโอกาสได้จำหน่ายของที่ระลึกได้ด้วยตนเอง ไม่มีมาเฟีย โปรงไซ พัฒนาแหล่งค้าส่งสินค้าที่ระลึกให้ชัดเจน ประชาชนทั่วไปเข้าถึงได้ง่าย จัดหาแหล่งเงินทุนขนาดย่อม พัฒนาคุณภาพต่าง ๆ ส่งเสริมการออกแบบวิจัย สร้างเครือข่ายการจัดจำหน่าย ส่งเสริมนักศึกษา นักเรียนเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ
4	1. ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ เช่น กฎระเบียบ ทิศทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามนโยบายของรัฐ 2. เพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์สินค้า 3. จัดระเบียบผู้ขายให้มีมาตรฐานด้านราคาและการบริการ 4. จัดระเบียบไกด์ว่าด้วยค่าตอบแทน และการแนะนำลูกค้า
5	ส่งเสริมปัจจัยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมามากขึ้น เช่น ประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ ความปลอดภัย และการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.4.2 (ต่อ) การส่งเสริมหรือช่วยเหลือหน่วยงานของรัฐเพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจของ
ที่ระลึกให้ตรงกับความต้องการของผู้จำหน่าย

ผู้จำหน่าย	การส่งเสริมหรือช่วยเหลือหน่วยงานของรัฐ
6	ควรช่วยเหลือในเกือบทุกด้านสำหรับของที่ระลึกจากภูเก็ต ร้านค้าอยากขายสินค้าจากภูเก็ต แต่ความโดดเด่นและทุก ๆ ด้าน เรายังสู้สินค้าจากภาคเหนือและภาคกลางไม่ได้
7	ไม่มี
8	ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบันให้ดียิ่งขึ้นไป ช่วยส่งเสริมสินค้าที่ผลิตขึ้นมาจำหน่ายให้ดีขึ้น
9	ส่งเสริมให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง
10	ต้องการให้หน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือเรื่องการผลิตสินค้า และมีตลาดรองรับที่แน่นอน
11	สถานที่ผลิต จัดตั้งกลุ่มให้เป็นเครือข่ายและต้นทุนการผลิต ศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว
12	จัดระบบสถานที่ให้มีระบบ ระเบียบ สะอาด สะดวก และปลอดภัย
13	ด้านเงินในการลงทุน
14	การโฆษณาบอกรายละเอียดของกลุ่มนั้น ๆ เพิ่มเวลาในการทำรายการโทรทัศน์ เพราะเวลานั้นมาก บางครั้งจุดที่อยู่หรือโทรศัพท์ยังไม่ทัน
15	รัฐบาลควรออกมาผลิตของที่ระลึกและจำหน่ายในราคาถูก
16	Be competitive and unique.
17	อยากให้รัฐบาลช่วยประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวให้แพร่หลาย
18	ให้มีโฆษณาสินค้าของตัวจังหวัดให้มากเป็นพิเศษ ช่วยเหลือด้านเงินลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง
19	1. ช่วยหาตลาดและติดต่อเป็นสื่อโฆษณาให้มากที่สุด 2. ช่วยสนับสนุนเงินหมุนเวียน
20	แนะนำข้อมูลแก่ผู้ผลิต พร้อมทั้งศึกษาความต้องการของผู้บริโภค และควบคุมมาตรฐานของสินค้า

ตารางที่ 4.4.2 (ต่อ) การส่งเสริมหรือช่วยเหลือหน่วยงานของรัฐเพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจของ
ที่ระลึกให้ตรงกับความต้องการของผู้จำหน่าย

ผู้จำหน่าย	การส่งเสริมหรือช่วยเหลือหน่วยงานของรัฐ
21	Promote the Island of Phuket to the World via all medias.
22	ช่วยทำวิจัยเกี่ยวกับความต้องการของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวต้องการซื้อหา เป็นของที่ระลึก หรือเพื่อประโยชน์ในการใช้สอย

จากผลการสำรวจตามตารางที่ 4.4.2 พบว่าผู้จำหน่ายต้องการให้หน่วยงานของรัฐส่งเสริมหรือช่วยเหลือเพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจของที่ระลึก โดยส่วนใหญ่ให้ช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ควบคุมมาตรฐานของสินค้าและราคา สนับสนุนเงินทุนหาช่องทางการตลาดรองรับที่แน่นอน ส่งเสริมตั้งกลุ่มเครือข่ายการผลิต จัดระเบียบผู้ค้าและระบบจ่ายค่าตอบแทนไกด์ และการส่งเสริมให้มีความสามารถในการแข่งขันกับสินค้าที่มาจากนอกพื้นที่ได้

ตารางที่ 4.4.3 ปัญหาที่ผู้จำหน่ายกำลังประสบอยู่ในสภาวะปัจจุบันและการต้องการ
ความช่วยเหลือในการพัฒนาธุรกิจของที่ระลึก

ผู้จำหน่าย	ปัญหาที่กำลังประสบอยู่และการต้องการความช่วยเหลือ
1	1. ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ จีน และรัสเซีย 2. คุณภาพการศึกษาของพนักงาน
2	1. ด้านเงินหมุนเวียน 2. นักท่องเที่ยวน้อยลงช่วยทำให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเยอะ ๆ
3	ต้องเสาะแสวงหาสินค้าด้วยตัวเอง ไม่มีโอกาสเข้าถึงผู้ผลิตโดยตรงมากนัก การจัดส่งสินค้าลำบาก ส่วนใหญ่แตกหักง่าย เปราะบาง สูญเสียมาก พฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าบางกลุ่มไม่ระมัดระวัง ไม่เกรงใจ ทำสินค้าเสียหายเยอะ การไม่ซื้อสตั๊ตเป็นปัญหาใหญ่มาก ป้องกันยาก โดยเฉพาะวัยรุ่น เด็ก และกลุ่มมิจจาซีพ

ตารางที่ 4.4.3 (ต่อ) ปัญหาที่ผู้จำหน่ายกำลังประสบอยู่ในสภาวะปัจจุบันและการต้องการความช่วยเหลือในการพัฒนาธุรกิจของที่ระลึก

ผู้จำหน่าย	ปัญหาที่กำลังประสบอยู่และการต้องการความช่วยเหลือ
4	1. ระบบโค้ดเกี่ยวกับการเรียกค่าตอบแทน 2. เปอร์เซ็นต์ตอบแทนโรงแรมในการขายที่สูงมาก
5	ยังไม่สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีปริมาณนักท่องเที่ยวต่อเนื่องได้ตลอดปี
6	1. จำนวนสินค้าที่มาก ในขณะที่สินค้ามีไม่มากนัก ทำให้ร้านค้าที่เปิดขายสินค้าใกล้เคียงหรือซ้ำๆ กัน ทำให้กระทบกระเทือนในเรื่องราคา และยอดขาย 2. อยากให้มีแหล่งผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดี ตรงตามความต้องการของตลาด มีผลิตภัณฑ์บรรจุที่สวยงาม ไว้รองรับสำหรับร้านที่มียอดสั่งซื้อไม่สูงนัก
7	ต้องการให้ช่วยลดจำนวนรถตู้ๆ ที่คอยซื้อสร้างความรำคาญให้กับนักท่องเที่ยว โดยจะคอยเรียกค่าตอบแทนจากร้านค้า หากร้านค้าใดให้น้อยก็จะคอยบอกนักท่องเที่ยวให้ไปซื้อร้านอื่นแทน (พวกเขาลงทุนอะไรบ้าง ภาษีก็ไม่เสีย ความรู้ที่จะแนะนำนักท่องเที่ยวก็ไม่มี)
8	ไม่มี
9	ต้องการให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเยอะๆ
10	ไม่มี
11	โค้ดนำเที่ยวห้ามไม่ให้แขกซื้อของเพราะให้เวลาในการท่องเที่ยวน้อยมาก และทางอุทยานจัดเก็บค่าเที่ยวในอ่าวพังงาแพงมาก 200 บาทต่อบุคคล
12	สถานที่ไม่มีระเบียบ และความสะอาด
13	สินค้าส่วนใหญ่มาจากภาคอื่นมาก ส่วนในจังหวัดภูเก็ตเองยังมีการผลิตน้อย
14	ปัจจุบันร้านค้าของที่ระลึกเล็ก ๆ จะเสียเปรียบร้านค้าใหญ่ ๆ การเสียค่าตอบแทนกับโค้ดไม่เป็นการกระจายรายได้ให้กับชาวบ้านที่มีแผงเล็ก ๆ ทั่ว ๆ ไป

ตารางที่ 4.4.3 (ต่อ) ปัญหาที่ผู้จำหน่ายกำลังประสบอยู่ในสภาวะปัจจุบันและการต้องการ
ความช่วยเหลือในการพัฒนาธุรกิจของที่ระลึก

ผู้จำหน่าย	ปัญหาที่กำลังประสบอยู่และการต้องการความช่วยเหลือ
15	ร้านอาหารจะไม่ค่อยปล่อยนักท่องเที่ยวออกมาจากร้าน ทำให้ชาวบ้าน ชายของไม่ค่อยได้
16	Need to boast/promote our suppliers in a better more productive way.
17	อยากให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าตามความพอใจของตนเอง โดยไม่ถูกไกด์ชัก จูงไปซื้อที่อื่น
18	การตัดราคากันระหว่างร้านค้าใกล้เคียง อยากให้รัฐบาลกำหนดราคาสินค้า ทางด้านของที่ระลึกอย่างชัดเจน เพื่อไม่ให้เป็นการเสียเปรียบระหว่างสินค้า ด้วยกัน และการอยู่รอดของธุรกิจ
19	1. คุณภาพสินค้าไม่ดีพอ ขำรูดมาก 2. ขายราคาได้ไม่ดีเพราะค่าเช่าแพง มากและยังต้องแบ่งส่วนกำไรอีกด้วย
20	ไม่มี
21	ไม่มี
22	ภาษีที่กรมสรรพากรจัดเก็บไม่เป็นระบบที่แน่นอน ส่วนใหญ่บางร้านเสีย ภาษีน้อยกว่าร้านเล็ก ร้านแผงลอยไม่มีการเสียภาษี ทำให้ต้นทุนการ ประกอบกิจการแตกต่างกันมาก

จากผลการสำรวจตามตารางที่ 4.4.3 พบว่าปัญหาที่ผู้จำหน่ายกำลังประสบอยู่
ในสภาวะปัจจุบันและการต้องการความช่วยเหลือในการพัฒนาธุรกิจของที่ระลึก โดยส่วน
ใหญ่ประสบปัญหาเรื่องลูกค้าที่น้อยลง การปฏิบัติที่ไม่ถูกต้องของไกด์ การตัดราคาสินค้า
การจัดเก็บภาษีที่ไม่เป็นธรรม สินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นมีน้อย และการขาดความรู้
ภาษาต่างประเทศ

ตารางที่ 4.4.4 การใช้ข้อมูลของผู้ผลิตในการพัฒนาสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้ซื้อและนักท่องเที่ยวนัก

ผู้ผลิต	ดุลพินิจหรือข้อมูล
1	ความแปลกใหม่ของการออกแบบ และวัสดุเฉพาะตัว และหาได้ในพื้นที่นั้น และผู้ซื้อสามารถใช้สอยได้มากที่สุด ของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และใช้ได้อย่างยาวนานที่สุด
2	ตำบลเกาะลันตาน้อยเป็นทางผ่านไปเกาะลันตาใหญ่ นักท่องเที่ยวเมื่อมาเที่ยวเกาะลันตาก็จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นของฝาก แต่ทางกลุ่มผลิตผ้าบาติกตำบลเกาะลันตาน้อยยังไม่มีสินค้าที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้มากนัก เพราะยังขาดปัจจัยหลายอย่าง แต่ทางกลุ่มก็จะพยายามให้ดีที่สุด เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้แวะซื้อผ้าบาติกได้มากขึ้น
3	ในการพัฒนาสินค้าทางกลุ่มจะสอบถามความต้องการของลูกค้าแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมต่อความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว
4	ไม่มี
5	ใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและธรรมชาติมากที่สุด
6	ได้ใช้ประสบการณ์ที่ได้คลุกคลีกับผู้ซื้อ หรือพูดคุยกับนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาก้าวสู่การพัฒนาให้ได้ตามความต้องการของตลาดทั้งไทยและต่างประเทศ
7	ออกแบบตามตลาดต้องการ คุณภาพดี และราคาเป็นกลาง
8	1. ใช้สีที่ถูกใจลูกค้า หรือตามสั่ง 2. ดอกไม้ เป็นดอกอะไรแล้วแต่สั่ง และต้องทำขนาดและจำนวนตามสั่ง

จากผลการสำรวจตามตารางที่ 4.4.4 พบว่า ผู้ผลิตพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้จำหน่ายและนักท่องเที่ยว โดยใช้ดุลพินิจหรือข้อมูลด้วยการสอบถามพูดคุยกับลูกค้า ใช้ประสบการณ์ของตนเอง พยายามใช้วัสดุหรือวัตถุดิบที่หาได้จากพื้นที่ และผลิตตามความต้องการของตลาด

ตารางที่ 4.4.5 การส่งเสริมหรือช่วยเหลือผู้ผลิตจากหน่วยงานของรัฐเพื่อเป็นการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ผู้ผลิต	การส่งเสริมหรือช่วยเหลือ
1	ควรช่วยควบคุมราคาสินค้า และคุณภาพสินค้า ตามราคาดังนั้น ๆ และควรติดต่อสอบถามเรื่องการตลาด และสนับสนุนเงินทุนหมุนเวียนและเครื่องมือ เพื่อสินค้าจะได้มาตรฐาน และมีงานทำมากขึ้น
2	จัดวิทยากรชำนาญเฉพาะด้านมาอบรมแนะนำในการผลิตสินค้า การบรรจุภัณฑ์ แหล่งที่จะซื้อวัตถุดิบ เช่นจะซื้อที่ไหน ราคาอย่างไร จัดหาเงินทุนให้กับกลุ่มที่ผลิตสินค้า ในระดับรากหญ้าเพื่อผลิตสินค้าให้มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อให้ชุมชนเข้มแข็ง ชาวบ้านมีงานทำที่ยั่งยืน และประเทศชาติก็จะเข้มแข็งด้วย
3	อยากให้หน่วยงานของรัฐช่วยประชาสัมพันธ์ หรือช่วยเป็นสื่อกลางในการติดต่อธุรกิจ
4	ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐจัดหาตลาดให้
5	ส่งเสริมด้านการออกแบบเครื่องมือ เครื่องจักร ช่วยประชาสัมพันธ์ ออกงาน
6	1. ช่วยเหลือด้านการตลาดในการจัดจำหน่ายยังต่างประเทศ มีตลาดเป็นที่รองรับ 2. ส่งเสริมจัดให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชมการผลิตที่กลุ่มโดยตรง
7	การตลาดและการเงิน
8	1. ช่วยหาตลาดรองรับ 2. โฆษณาคุณภาพ 3. จัดแหล่งวัตถุดิบ

จากผลการสำรวจตามตารางที่ 4.4.5 พบว่าผู้ผลิตต้องการให้หน่วยงานของรัฐส่งเสริมหรือช่วยเหลือเพื่อเป็นการพัฒนาธุรกิจของที่ระลึก โดยการให้รัฐช่วยจัดวิทยากรแนะนำการผลิต การบรรจุภัณฑ์ จัดหาแหล่งวัตถุดิบ มีมาตรการควบคุมราคาสินค้าและคุณภาพสินค้า สนับสนุนเงินทุนหมุนเวียน จัดหาตลาดสินค้ารองรับ และช่วยประชาสัมพันธ์สินค้า

ตารางที่ 4.4.6 ปัญหาที่ผู้ผลิตกำลังประสบอยู่ในสภาวะปัจจุบันและการต้องการความช่วยเหลือในการพัฒนาการผลิตสินค้า

ผู้ผลิต	ปัญหาที่กำลังประสบอยู่และการต้องการความช่วยเหลือ
1	เรื่องการขนย้ายสินค้าไปจำหน่ายตามต่างจังหวัด ต้องใช้จ่ายจำนวนมาก บางครั้งก็ขายไม่ได้ไม่คุ้มกับค่าขนส่ง ถ้าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยจัดหา หรือช่วยเรื่องขนย้ายสินค้าบ้าง 50% ก็จะช่วยให้ออกงานได้มากกว่านี้
2	<ol style="list-style-type: none"> 1. อาคารสถานที่ที่ผลิตไม่อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน 2. แหล่งที่จะซื้อวัสดุอุปกรณ์ ณ วันนี้จะซื้อผ่านพ่อค้าคนกลางซึ่งจะมีราคาแพงมาก อยากซื้อราคาถูกลง ต้นทุนจะได้ต่ำลง 3. ขาดเงินทุนสำรอง งบฉุกเฉิน กว่าสินค้าจะขายได้ก็หลายวันแต่สมาชิกในกลุ่มต้องการที่จะใช้เงิน แต่ไม่มีเงินสำรองที่จะจ่ายให้ก่อน ต้องรอให้สินค้าขายได้ เป็นภาวะที่แย่มาก ๆ
3	ขาดแรงงานที่มีฝีมือในการผลิต ผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด อยากให้หน่วยงานต่าง ๆ ช่วยประชาสัมพันธ์ให้ด้วยเพราะผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นต่างชาติ
4	ทางด้านตลาด
5	การประชาสัมพันธ์สินค้าให้รู้จักกว้างขึ้น ต้องการให้หน่วยงานราชการส่งเสริมให้มากขึ้น
6	ปัญหาเนื่องจากทางกลุ่มต้องมีภาระรับผิดชอบงานของสมาชิกอยู่มากซึ่งในขณะนี้ในสต็อกมีงานผลิตมาก แต่ยอดจำหน่ายไม่ดี อีกทั้งตลาดขณะนี้เข้าสู่สภาวะโลว์ซีซั่น ซึ่งกลุ่มอยากจะทำโครงการจัดให้มีการสาธิตวิธีทำ การแสดงเซตหนังตะลุง มีโรงมหรสพหนังตะลุง เพื่อที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวและคณะทัวร์ต่าง ๆ มาชม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีทุนทรัพย์สูงในการสร้างโรงหนัง ที่พักอาศัยของช่าง คำน้ำในการที่โกดังพามา ฯลฯ จึงใคร่ขอความช่วยเหลือ และคาดว่าผลประโยชน์จะเกิดแก่ชุมชนท้องถิ่นและจังหวัด
7	เรื่องเงินทุนพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดถึงการตลาด
8	1. ตลาดออกน้อย 2. ขาดการโฆษณา 3. ขาดวัตถุดิบ

จากผลการสำรวจตามตารางที่ 4.4.6 พบว่าปัญหาที่ผู้ผลิตกำลังประสบอยู่ในสภาวะปัจจุบันและการต้องการความช่วยเหลือในการพัฒนาธุรกิจของที่ระลึก โดยผู้ผลิตประสบปัญหาเรื่องต้นทุนค่าขนส่ง แหล่งวัตถุดิบที่ต้องผ่านคนกลาง ขาดเงินทุนสำรอง ขาดแรงงานฝีมือ ขาดกิจกรรมการตลาดที่ต่อเนื่องทำให้ลูกค้าที่น้อยลง การไม่ชำนาญด้านการตลาดและขาดการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงลูกค้า

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืนในพื้นที่ภูเก็ต พังงา และกระบี่เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ เพื่อศึกษาจัดเป็นฐานข้อมูลเกี่ยวกับประเภทและรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสม ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ รวมทั้งศึกษาถึงความสนใจ ความต้องการและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับ ทรัพยากรท้องถิ่น และความต้องการของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ การดำเนินการวิจัยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณจากนั้นนำมาวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Diviation) และค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการค้นคว้า สัมภาษณ์ ได้นำมาเสนอในลักษณะบรรยาย ซึ่งในบทนี้จะประกอบด้วยสรุปผลการวิจัยรวมทั้งข้อเสนอแนะจากการวิจัย

5.1 สรุปจังหวัดภูเก็ต

5.1.1 ความสนใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

- | | |
|-------------|--------------------|
| อันดับที่ 1 | ผ้าทอพื้นเมือง |
| อันดับที่ 2 | ผ้าลายบาติก |
| อันดับที่ 3 | ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย |

5.1.2 ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

- | | |
|-------------|---------------------|
| อันดับที่ 1 | ผ้าทอพื้นเมือง |
| อันดับที่ 2 | ผ้าลายบาติก |
| อันดับที่ 3 | เครื่องประดับไข่มุก |

5.1.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรในท้องถิ่น

- | | |
|-------------|--------------------|
| อันดับที่ 1 | ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย |
| อันดับที่ 2 | ผ้าทอพื้นเมือง |
| อันดับที่ 3 | ผ้าลายบาติก |

5.1.4 ผลิตรภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

- | | |
|-------------|---------------------|
| อันดับที่ 1 | ผ้าทอพื้นเมือง |
| อันดับที่ 2 | ผลิตรภัณฑ์เปลือกหอย |
| อันดับที่ 3 | ผ้าลายบาติก |

5.1.5 เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

- | | |
|-------------|-----------------|
| อันดับที่ 1 | ราคาเหมาะสม |
| อันดับที่ 2 | คุณภาพของสินค้า |
| อันดับที่ 3 | การออกแบบ |

จากข้อมูลข้างต้นของจังหวัดภูเก็ตและการอภิปรายผลในบทที่ 4 สามารถสรุปได้ว่า ผ้าทอพื้นเมือง ผลิตรภัณฑ์เปลือกหอย และเครื่องประดับไข่มุก เป็นสินค้าที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตรภัณฑ์การท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาสินค้า โดยเน้นที่ ราคาเหมาะสม คุณภาพของสินค้า และการออกแบบ ทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตรภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตมีความต้องการซื้อผ้าทอพื้นเมืองสูงสุด ผ้าบาติก รองลงมา และเครื่องประดับไข่มุกก็ได้รับความต้องการในอันดับต่อมา ซึ่งสอดคล้องกับการเป็นสินค้าที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตรภัณฑ์การท่องเที่ยวได้

5.2 สรุปจังหวัดพังงา

5.2.1 ความสนใจในผลิตรภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

- | | |
|-------------|---------------------|
| อันดับที่ 1 | ผลิตรภัณฑ์เปลือกหอย |
| อันดับที่ 2 | ผ้าทอพื้นเมือง |
| อันดับที่ 3 | เครื่องประดับไข่มุก |

5.2.2 ความต้องการในการซื้อผลิตรภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

- | | |
|-------------|---------------------|
| อันดับที่ 1 | ผลิตรภัณฑ์เปลือกหอย |
| อันดับที่ 2 | ผ้าทอพื้นเมือง |
| อันดับที่ 3 | เครื่องประดับไข่มุก |

5.2.3 ผลกระทบของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรในท้องถิ่น

อันดับที่ 1	ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย
อันดับที่ 2	เครื่องประดับไข่มุก
อันดับที่ 3	ผ้าลายบาติก

5.2.4 ผลกระทบของที่ระลึกพื้นเมืองที่ดึงดูดใจซื้อของนักท่องเที่ยว

อันดับที่ 1	ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย
อันดับที่ 2	ผ้าทอพื้นเมือง
อันดับที่ 3	เครื่องประดับไข่มุก

5.2.5 เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

อันดับที่ 1	คุณภาพของสินค้า
อันดับที่ 2	ความสวยงาม
อันดับที่ 3	การออกแบบ

จากข้อมูลข้างต้นของจังหวัดพังงา และการอภิปรายผลในบทที่ 4 สามารถสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย ผ้าทอพื้นเมือง และเครื่องประดับไข่มุก เป็นสินค้าที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ คุณภาพของสินค้า ความสวยงาม และการออกแบบ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดพังงามีความต้องการผลิตภัณฑ์เปลือกหอยสูงสุด ผ้าทอพื้นเมืองมากรองลงมา และเครื่องประดับไข่มุกได้รับความต้องการในอันดับต่อมา ซึ่งสอดคล้องกับการเป็นสินค้าที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้

5.3 สรุปจังหวัดกระบี่

5.3.1 ความสนใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

อันดับที่ 1	ผ้าทอพื้นเมือง
อันดับที่ 2	ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย
อันดับที่ 3	ผ้าลายบาติก

5.3.2 ความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

- | | |
|-------------|---------------------|
| อันดับที่ 1 | ผ้าทอพื้นเมือง |
| อันดับที่ 2 | สิ่งประดิษฐ์แกะสลัก |
| อันดับที่ 3 | ภาพเขียน-พิมพ์ |

5.3.3 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรในท้องถิ่น

- | | |
|-------------|--------------------|
| อันดับที่ 1 | ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย |
| อันดับที่ 2 | ผ้าทอพื้นเมือง |
| อันดับที่ 3 | ผ้าลายบาติก |

5.3.4 ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว

- | | |
|-------------|--------------------|
| อันดับที่ 1 | ผ้าทอพื้นเมือง |
| อันดับที่ 2 | ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย |
| อันดับที่ 3 | ผ้าลายบาติก |

5.3.5 เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อของที่ระลึกพื้นเมืองของนักท่องเที่ยว

- | | |
|-------------|------------------------|
| อันดับที่ 1 | ความสวยงาม |
| อันดับที่ 2 | คุณภาพของสินค้า |
| อันดับที่ 3 | การออกแบบ, ราคาเหมาะสม |

จากข้อมูลข้างต้นของจังหวัดกระบี่ และการอภิปรายผลในบทที่ 4 สามารถสรุปได้ว่า ผ้าทอพื้นเมือง สิ่งประดิษฐ์แกะสลัก และภาพเขียน-พิมพ์ เป็นสินค้าที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้วยการพัฒนาสินค้าโดยเน้นที่ ความสวยงาม คุณภาพของสินค้า การออกแบบและ ราคาเหมาะสม ทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีความสนใจและความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองสูงสุด สิ่งประดิษฐ์แกะสลักมากรองลงมา และ ภาพเขียน-พิมพ์ ได้รับความต้องการในอันดับต่อมา ซึ่งสอดคล้องกับการเป็นสินค้าที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้

5.4 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

จากการรวบรวมข้อมูลจากผลสรุปการวิจัย ตลอดจนข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาของที่ระลึกพื้นเมืองทั้ง 3 จังหวัด ผู้วิจัยขอเสนอแนะด้านต่างๆ ดังนี้

5.4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

- ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองและผ้าลายบาติก ควรมีการพัฒนาในเรื่องคุณภาพของสินค้าและการออกแบบซึ่งเน้นแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น เช่น เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย กระเป๋า เครื่องนอน เครื่องประดับและเครื่องใช้ตกแต่งภายใน ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ นอกจากนี้ควรมีการจัดทำเอกสารประกอบการใช้สินค้าสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อแนะนำในเรื่องการดูแลรักษา อธิบายเกี่ยวกับรูปแบบลวดลาย การใช้สี ขั้นตอนการผลิต หรือแม้แต่ประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้สินค้ามีความน่าสนใจมากขึ้น
- ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรในท้องถิ่น เช่น ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย ควรมุ่งเน้นในการผลิตสินค้าให้มีความสวยงามและมีคุณภาพตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ให้มีการออกแบบเพื่อนำไปสะสมหรือใช้ประโยชน์ได้ โดยส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบที่มีอยู่
- ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่มีราคาค่อนข้างสูง เช่น เครื่องประดับไข่มุก ควรมีการนำเสนอเอกสารรับประกันคุณภาพของสินค้า แหล่งที่มาของวัตถุดิบ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกซื้อมากยิ่งขึ้น
- ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองส่วนใหญ่เป็นสินค้าหัตถกรรมและวัตถุดิบจากธรรมชาติ จึงมีความแตกต่างจากสินค้าทั่วไป จึงสามารถกำหนดราคาได้ค่อนข้างสูงแต่ทั้งนี้ควรตั้งระดับราคาที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวหรือเป็นระดับที่นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการซื้อสินค้า และควรมีการกำหนดมาตรฐานราคาสินค้าแต่ละชนิดให้ชัดเจน ซึ่งทำให้เกิดความประทับใจและซื้อซ้ำในครั้งต่อไป
- ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่มีผู้นิยมเฉพาะกลุ่มเพื่อนำไปสะสมเป็นหลักเช่น เครื่องจักสานและหัตถกรรมโลหะควรมีการพัฒนาในรูปแบบที่มีความหลากหลายและมีขนาดแตกต่างกันไปเพราะนักท่องเที่ยวสามารถนำติดตัวไปได้โดยง่าย

- ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองบางชนิดที่แตกหักง่ายเช่น สิ่งประดิษฐ์แกะสลัก และเครื่องเคลือบดินเผา ควรมีการพัฒนาเรื่องบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสินค้าได้เมื่อนักท่องเที่ยววนกลับไปหรือขนส่งสินค้าตามไป ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวสะดวกในการเดินทางมากขึ้น
- ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่ต้องมีการพัฒนาตลาดสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์ ซึ่งเป็นสินค้ามีโอกาสที่เป็นสินค้าส่งออกเพราะมีความสวยงาม ประณีต แต่ตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวยังไม่เป็นที่นิยม จึงควรพัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบที่ใช้งานได้หลากหลายขึ้น มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้า

5.4.2 ด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

- นักท่องเที่ยวมักซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องนุ่งห่ม และเป็นของตกแต่งบ้านที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ใกล้ชิดในความเป็นอยู่ของชีวิตประจำวัน เช่น ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นเมืองและผ้าบาติก
- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในเอกลักษณ์ สถานที่ท่องเที่ยว เช่น ผลิตภัณฑ์เปลือกหอย ซึ่งมีราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า
- นักท่องเที่ยวมีความต้องการความเชื่อมั่นในการตัดสินใจซื้อว่าจะได้ความพึงพอใจสูงสุด ทั้งเรื่องคุณภาพของสินค้า ความสวยงามและในสินค้าที่ราคาที่เหมาะสม เช่น นักท่องเที่ยวส่วนมากมีตามต้องการซื้อ เครื่องประดับไข่มุกจากร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกตามสถานที่ท่องเที่ยวแต่ขาดความมั่นใจในเรื่องคุณภาพความเป็นมาของสินค้า จึงใช้เวลาในการหาข้อมูลไม่ตัดสินใจซื้อทันที
- นักท่องเที่ยวนิยมสินค้าที่สามารถนำไปได้ด้วยตนเอง ไม่เป็นอุปสรรคในการเดินทาง ซึ่งแม้มีความต้องการซื้อสินค้าที่ระลึกพื้นเมืองบางชนิดแต่ไม่ตัดสินใจซื้อเพราะอาจเป็นอุปสรรคในการเดินทาง เช่น สิ่งประดิษฐ์แกะสลักและภาพเขียนภาพพิมพ์ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวไม่สะดวกในการเดินทางต่อไป นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มียอมชำระราคาเพิ่มในการว่าจ้างจัดส่งต่อไป

5.4.3 ด้านผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ

- ควรเน้นผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ มีการออกแบบที่สวยงามและใช้ประโยชน์ได้จริง ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้ผลิตควรพัฒนาสินค้าให้มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของตัวเองที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์ในท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้สามารถแข่งขันในการผลิตสินค้าออกสู่ตลาดได้ในระยะยาว
- ควรมีการนำเสนอสินค้าแบบเอกสาร(catalog) หรือสินค้าตัวอย่าง โดยมีเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ประกอบให้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ วิธีการผลิต หรือภูมิปัญญาที่ใช้ในการผลิตนั้นๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า
- ควรใช้การประชาสัมพันธ์และการจัดแสดงสินค้าในสถานที่ต่างๆอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนรับข้อมูลตอบสนองจากลูกค้าที่เป็นร้านค้าหรือนักท่องเที่ยวโดยตรง เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพัฒนาสินค้าต่อไป

5.4.4 ด้านผู้จำหน่ายหรือร้านค้า

- ควรมีการดูแลควบคุมดูแลคุณภาพในการจำหน่ายสินค้า สร้างจิตสำนึกของพนักงานในเรื่องจรรยาบรรณและมารยาทที่ดีในการติดต่อกับนักท่องเที่ยว เช่น ขายสินค้าที่มีคุณภาพในราคายุติธรรม ให้ความสะดวกในการเลือกชมสินค้า ซึ่งส่งผลดีในการท่องเที่ยวระยะยาว
- ควรมีการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับลักษณะของนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูการท่องเที่ยวและทรัพยากรในท้องถิ่น
- ควรระมัดระวังในการส่งเสริมการตลาดในการจัดส่งเสริมการขายให้กับสินค้าที่ไม่ได้รับความนิยมสามารถขายได้ โดยใช้การจัดส่งเสริมการขาย ลดราคา หรือ แจกของสมนาคุณ เพราะอาจทำให้มีการแข่งขันระหว่างผู้จำหน่ายด้วยตนเอง

5.4.5 ด้านภาคีภาครัฐ

- ควรให้ความรู้และฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง ภายใต้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน
- ควรจัดอบรมให้ความรู้ด้านการบริหาร การจัดการการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้แก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองอย่างสม่ำเสมอ

- ควรสนับสนุนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่แสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเห็นถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ตลอดจนใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น
- ควรให้ความช่วยเหลือในการจัดหาและพัฒนาแหล่งวัตถุดิบในแต่ละพื้นที่ให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้ผลิตสินค้าที่ระลึกพื้นเมือง
- ควรจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองให้นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง
- ควรมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งโครงสร้างพื้นฐานและภูมิทัศน์ ให้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้นในแต่ละพื้นที่
- ควรส่งเสริมการเงินลงทุน เพื่อสนับสนุนผู้ผลิตสินค้าที่ระลึกพื้นเมือง มีเงินทุนหมุนเวียนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและสอดคล้องกับทรัพยากรในท้องถิ่น
- ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวสม่ำเสมอตลอดทั้งปี
- ควรจัดตั้งศูนย์แสดงสินค้า กระจายสินค้าและอำนวยความสะดวกในการส่งสินค้า
- ควรหามาตรการในการป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เช่น การจ่ายค่าตอบแทนของไกด์และคนขับรถรับจ้าง
- ควรส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานราคาของสินค้าที่ระลึกพื้นเมืองให้มีมาตรฐานใกล้เคียงกัน
- ควรสนับสนุนมีการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(E-Commerce)มาใช้ในการดำเนินงานเพื่อช่องทางหนึ่งที่ให้นักท่องเที่ยวมีข้อมูลในการพิจารณาและสะดวกในการติดต่อซื้อขายกันต่อไป
- ควรกำหนดรูปแบบสัญลักษณ์(Logo)ที่บ่งบอกคุณภาพและมาตรฐานสำหรับสินค้าที่ผลิตในพื้นที่เพื่อเป็นข้อมูลให้สร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวใช้พิจารณาในการตัดสินใจซื้อ
- ควรรณรงค์ส่งเสริมประชาชนในท้องถิ่นใช้สินค้าพื้นเมืองเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้สินค้าพื้นเมืองรู้จักกันอย่างกว้างขวาง ซึ่งช่วยสร้างความรู้สึกที่ดีให้นักท่องเที่ยว

- ควรกำจัดของเลียนแบบและของปลอมที่ไม่ได้ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างแท้จริงเพราะจะทำให้เสียส่วนแบ่งตลาดของสินค้าที่ระลึกพื้นเมืองไป ซึ่งบางครั้งนักท่องเที่ยวซื้อไปโดยรู้ไม่เท่าทัน ทำให้ชื่อเสียงของสินค้าที่ระลึกพื้นเมืองในพื้นที่เสียหายได้

5.5 สรุปข้อเสนอแนะ

ภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งภาคประชาชน ภาครัฐและเอกชนในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองให้มีเหมาะสมและสอดคล้องกับการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นในการผลิตสินค้าให้มีสวยงามและมีคุณภาพตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นและสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบที่มีอยู่มีการออกแบบที่ใช้ประโยชน์ได้จริง ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการณ์การซื้อของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ผู้ผลิตควรพัฒนาสินค้าให้มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับเอกลักษณ์ในท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้สามารถแข่งขันในการผลิตสินค้าออกสู่ตลาดได้ในระยะยาว โดยภาครัฐหรือภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรจัดอบรมให้ความรู้ด้านการบริหาร การจัดการการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้แก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนควรให้การศึกษาและฝึกอบรมเพิ่มเติมและการฝึกทักษะด้านอาชีพที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง รวมทั้งให้ความรู้และฝึกอบรมแก่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองภายใต้แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

5.6 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อความสมบูรณ์ของการศึกษาวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในพื้นที่ ภูเก็ต พังงา และกระบี่ ควรศึกษาการวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรมในการบริโภคสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาจากภูมิภาคต่างๆของโลกและควรทำการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล (OTOP) ที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งไม่เจาะจงเฉพาะผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมือง เพราะสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล (OTOP) เช่นผลิตภัณฑ์อาหาร สินค้าอุปโภค-บริโภค ได้มีความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่เช่นกัน ซึ่งควรศึกษาความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆเพื่อหาแนวทางและจุดยืนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวต่อไป

อ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2532. ปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากการซื้อ สินค้าของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546. www.tat.or.th/handicraft.

องค์การแรงงานระหว่างประเทศ. 2542. ขั้นพื้นฐานการพัฒนาธุรกิจด้วยตนเอง. กรุงเทพฯ : กระทรวงอุตสาหกรรม.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2534. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวในเรื่องการซื้อสินค้าของที่ระลึกปี 2533. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ชูศักดิ์ เพรสคอต และคนอื่นๆ. 2533. การพัฒนางานหัตถกรรมเพื่อการสร้างงานและรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ไทยตำบล ดอท คอม. 2546. www.thaitambon.com.

นิคม จารุมณี. 2535. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์การศาสนา.

นรินทร์ ทวยเจริญ. 2538. กระบวนการประกอบธุรกิจจำหน่ายอาหารและของที่ระลึกอีสานในแหล่งท่องเที่ยว อำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. มหาสารคาม : วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต วิชาเอกไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ประเสริฐ ศรีรัตน์. 2531. ของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ไเอเดียนสโตร์.

ภรดี พันธุภากร. 2535. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเซรามิกสีในจังหวัดชลบุรี. ชลบุรี : ภาควิชา ศิลปะและวัฒนธรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

วรรณนา วงษ์วานิช. 2539. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. 2538. ศิลปหัตถกรรมพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : บริษัทต้นอ้อจำกัด, กรุงเทพมหานคร, 2538

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. 2536. มรดกพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

ศิวะ ศุภวิบูลย์. 2542. การประกอบอาชีพหัตถกรรมทำของที่ระลึกของชาวบ้าน ในเขต อำเภออุซันท์ จังหวัดศรีสะเกษ. มหาสารคาม : วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยคดีศึกษา (กลุ่ม สังคมศาสตร์) มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ศิริศักดิ์ คู่รักษา. 2545. นายรอบรู้ นักเดินทาง : กระบี่ กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สารคดี.

หนังสือเฉลิมพระเกียรติ ฯ. 2544. วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์เอกลักษณ์ และภูมิปัญญา จังหวัดภูเก็ต.

เอกวิทย์ ณ ถลาง. 2544. ภูมิปัญญาทักษิณ กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์อมรินทร์

จังหวัดพังงา. 2545. อเมซิ่งพังงา.

ภาคผนวก

ตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. การมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ผู้จำหน่าย นักท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายการวางแผนเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองที่เหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรท้องถิ่นและความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. มีการผลักดันผลงานวิจัยจากหน่วยงานร่วมโครงการ(ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน) นำไปใช้เพื่อการศึกษาและฝึกอบรมเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตหรือให้การฝึกทักษะด้านอาชีพที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกพื้นเมืองในจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่

การรวมตัวของประชาชนในฐานะผู้ผลิตและผู้จำหน่ายของที่ระลึกพื้นเมือง ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อเป็นของฝากหรือที่ระลึก ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นเหล่านี้เกิดความผูกพันกับสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนเพราะมีส่วนร่วมเป็นผลประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของตน ประชาชนในท้องถิ่นเหล่านี้พร้อมที่จะดูแลรักษาและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้ยั่งยืนตลอดไป

กระบวนการผลักดันผลงานดังกล่าวออกสู่การใช้ประโยชน์

ด้วยพันธกิจของโครงการธนาคารข้อมูลเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ ได้กำหนดความต้องการให้ผลงานนำไปใช้ได้จริง (Functional Use) สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of Ownership) ในพื้นที่ ซึ่งเป็นกระบวนการเริ่มต้นที่นำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการวางแผนในการดำเนินโครงการวิจัย ดังนี้

1. งานวิจัยนี้ได้รับเกียรติจากบุคลากรของศูนย์การศึกษาออกโรงเรียน จังหวัดภูเก็ตเป็นนักวิจัยร่วมโครงการ สนับสนุนงบประมาณบางส่วนอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสถานที่และประสานงานกับภาคีที่เกี่ยวข้องตลอดจนเป็นผู้ใช้งาน(User) ไปใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาและฝึกอบรมเพิ่มเติม ซึ่งก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการผลิตหรือให้การฝึกทักษะด้านอาชีพในชุมชนท้องถิ่น

2. เมื่องานวิจัยได้รับการรับรองและตีพิมพ์ ผลวิจัยที่ได้มาจะนำไปเผยแพร่แก่สาธารณชนในนามสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยเพื่อประโยชน์เชิงนโยบายเพื่อ

ส่วนรวมและเป็นแนวทางประกอบการวางแผนภาพรวมของการสร้างจุดยืนของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ที่เหมาะสมในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ต่อไป