

การรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกจังหวัดสตูล

Perceived Image of Souvenir in Satun Province Thailand

ซาฟูเราะห์ สาเฮาะ^{1*}, นิสาชล สกุลชาญณรงค์² และสุมนา ลาภาโรจน์กิจ³
Safuroh Sahoh^{1*}, Nisachon Sakunchannarong² and Sumana Laparojkit³

^{1,2} อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยหาดใหญ่

^{1,2} Lecturer, Department of Service Industries, Hatyai Business School, Hatyai University

³ ดร., สาขาวิชาการตลาด ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตหาดใหญ่

³ Dr., Department of Marketing, Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University, Hatyai Campus

* Corresponding author, E-mail: safuroh_zaza@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูล ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจังหวัดสตูล จำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสตูลแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลของนักท่องเที่ยวและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับของที่ระลึกในจังหวัดสตูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการเปรียบเทียบโดยใช้ T-test, F-test และสถิติไคสแควร์ (chi-Square) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูล มีระดับความคิดเห็นภาพลักษณ์ในแต่ละด้านของการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูล ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุดรองลงมาด้านตราสินค้าและด้านการสื่อสารและผลการศึกษาที่ได้จากการวิจัยจะนำมาเป็นข้อมูลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปสู่สนับสนุน ส่งเสริม และการพัฒนาการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกจังหวัดสตูลให้ยั่งยืนเป็นที่รู้จักของประชาชนทั่วไปในประเทศ

คำสำคัญ: การรับรู้ ภาพลักษณ์ ของที่ระลึก นักท่องเที่ยว

Abstract

This research aims to study the perceived image of the souvenir in Satun. The Study reviewed research literature and theory related to that. The image of the product in favor of offenses includes the brand. Products Communication and shopping habits of the memorial, which includes the purpose of buying souvenirs. Sorts of Places to buy souvenirs, the tourists who travel to Satun, Thailand is the opinion of the look and behavior of the gift shop for souvenirs in Satun. The quantitative research using questionnaires to collect information from the tourists who travel to satun, Thailand. A total of 400 sets of equipment used in the study was a questionnaire on general information. Queries about the tourists buy souvenirs in Satun questionnaire about



perceived image of a memorial in the Province of tourists and suggestons about gift in Satun. Data were analyzed using computer software The statistics for the frequency, percentage, average, standard deviation and compared using T-TEST and F-TEST and Chi-square.

The results showed that Thailand tourists who travel to Satun. The image on each side with a level of awareness, the product image in favor of Satun. The products are at the highest-level. Inferior to the brand and communication studies from research to bring the information to relevant authorities to promote and develop awareness, brand image souvenir shops Satun sustainable known to the public.

Keywords: PERCEIVED, IMAGE, SOUVENIR, TOURIST

บทนำ

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโลกเป็นอย่างมากและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนเป็นรายได้หลักในหลายประเทศทำให้ประเทศต่างๆ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้นเนื่องจากรายได้ที่เกิดจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้น นอกจากจะเป็นการช่วยส่งเสริมให้สภาพเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้นแล้วยังเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่การจ้างงานสร้างอาชีพและยังเป็นการส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นช่วยก่อให้เกิดการกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องมากมายอาทิเช่นธุรกิจโรงแรมธุรกิจการขนส่งธุรกิจร้านอาหารธุรกิจการนำเที่ยวธุรกิจของที่ระลึก เป็นต้น (สุพัตราชาญศิริรัตน์, 2556)

ของที่ระลึกจึงเป็นสิ่งที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัดที่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ในการประดิษฐ์สินค้าและแสดงถึงภูมิปัญญาของชาวบ้านที่สร้างสรรค์ผลงานออกมาในปัจจุบันประเทศไทยมีสินค้าที่ระลึกที่มีความโดดเด่นทางด้านเอกลักษณ์และความประณีตสวยงามเป็นที่ยอมรับทั่วโลกที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศนิยมซื้อเป็นของที่ระลึกกลับไปชื่นชม

การมีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากมาจับจ่ายใช้สอยจะเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาทั้งประสิทธิภาพและคุณภาพสินค้าที่ระลึกชนิดใหม่ๆได้รับการคิดค้นพัฒนาให้มีรูปแบบทันสมัยสอดคล้องกับสมัยนิยมรวมถึงการกระตุ้นให้มีการค้นคว้าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความดึงดูดใจสินค้าที่ระลึกหลายชนิดผลิตจากเศษวัสดุหรือวัสดุเหลือทิ้งไร้ค่าเมื่อได้นำวัสดุดังกล่าวมาแปรรูปเป็นสินค้าที่ระลึกแล้วจะทำให้สินค้านั้นมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้ซื้อและผู้ผลิตเช่นการนำเศษผ้ามาทำเป็นพรมเศษหนังมาทำเป็นพวงกุญแจที่คั่นหนังสือจากเศษไม้ไผ่มาทำกระป๋องน้ำอัดลมหรือเปียร์มาประดิษฐ์เป็นรูปต่างๆเช่นหมวก (แทตติยาทองใบ, 2553)

จังหวัดสตูลมีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายที่มีชื่อเสียง เช่น อุทยานแห่งชาติหมู่เกาะตะรุเตา ซึ่งได้รับการยกย่องจากองค์การ UNESCO เป็นมรดกแห่งอาเซียน หมู่เกาะอาดัง เกาะหลีเป๊ะ ที่ได้รับขนานนามว่าเป็น “มัลดีฟเมืองไทย” ฯลฯ จังหวัดสตูลเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางด้านการท่องเที่ยว และมีนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศนิยมเดินทางมาเยือนในฤดูกาลท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากซึ่งส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวเมื่อมาเที่ยวสถานที่ใด หรือจังหวัดใดแล้ว ก็มักต้องการที่จะซื้อของฝากหรือของที่ระลึกจากที่นั้นๆ เพื่อเป็นที่ระลึกในการเดินทางหรือเพื่อเป็นของฝากให้กับครอบครัว เพื่อนฝูง (อุมาพรปัญญา, 2551)



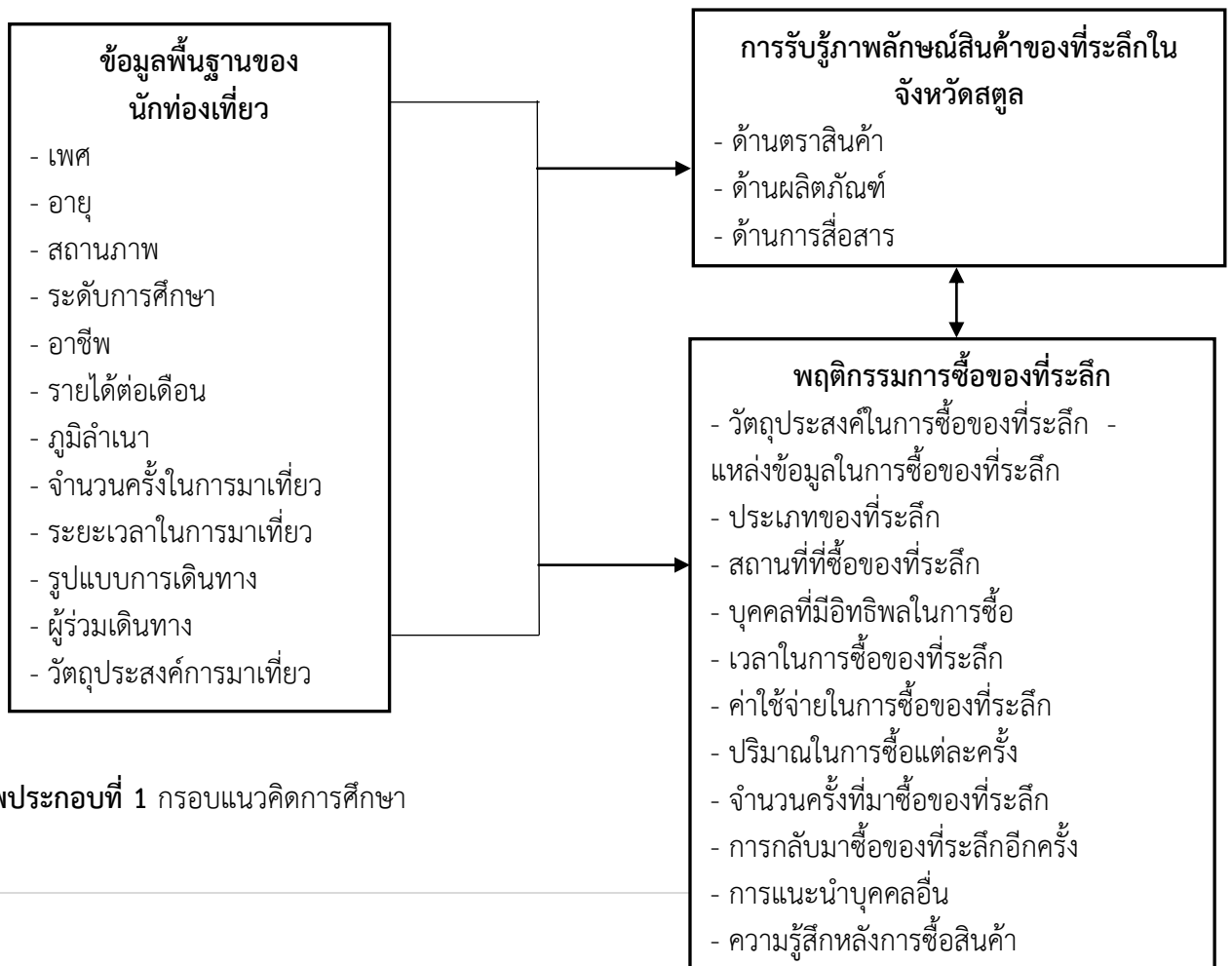
แต่ส่วนใหญ่กลับนำของฝากหรือของที่ระลึกที่โด่งดังจากจังหวัดอื่นมาจำหน่าย เช่น เครื่องประดับทำจากไข่มุก น้ำบุดู โรตีสกรอบ ข้าวเกรียบปลา ข้าวเกรียบกุ้ง ปลาหมึกแห้ง ฯลฯ ทั้งๆที่จังหวัดสตูลมีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์มากมายที่น่าสนใจ เช่น เครื่องประดับ ของกิน และงานศิลปหัตถกรรมต่างๆ หรือแม้แต่ผลิตภัณฑ์จากย่านลิเภา เช่น กระเป๋า หมวก ตะกร้า พัด ชุดรับแขกหวายผสมย่านลิเภา ผลิตและจำหน่ายที่ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ราชทัณฑ์เรือนจำ จังหวัดสตูล แต่เนื่องจากสินค้าของที่ระลึกบางผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้ได้รับความเชื่อถือในภาพลักษณ์ต่อสินค้าที่ผลิตมาจากประชาชน จึงทำให้สินค้าของที่ระลึกไม่โดดเด่นและไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเพราะส่วนใหญ่แล้วถ้ากล่าวถึงจังหวัดสตูล คนส่วนใหญ่มักจะนึกถึงสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ทะเล เกาะต่างๆ น้ำตก ธรรมชาติ ภูเขา เสียมากกว่า ทั้งนี้ ที่ของฝากหรือของที่ระลึกในจังหวัดสตูลมีมากมาย

ดังนั้นผู้ศึกษาจึงได้มีความสนใจในเรื่องของการศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูล เพื่อทราบถึงปัจจัยในการสร้างภาพลักษณ์ของสินค้า การพัฒนาภาพลักษณ์ของสินค้าว่าด้านใดที่มีผลทำให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดสตูล และเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท โดยให้มีรูปแบบสีสรรตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพื่อสร้างจุดเด่นให้กับของที่ระลึกในจังหวัดสตูลอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสตูล
- เพื่อศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูล

กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการศึกษา



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนาใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยได้นำเสนอวิธีการดำเนินการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ประชากรที่จะทำการศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูล ปี 2557

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการคำนวณหาขนาดตัวอย่างของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสตูล ปี 2557 โดยใช้สูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวจังหวัดสตูล จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง (บุญธรรมกิจปริดาภิรุต, 2547, หน้า 116-117)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามนี้สร้างขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสตูล
3. แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลของนักท่องเที่ยว
4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับของที่ระลึกในจังหวัดสตูล ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบคำถามปลายเปิด

วิธีดำเนินการรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามที่รวบรวมได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนามจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา ได้แก่

ข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 400 ชุด โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูลและเลือกซื้อของที่ระลึก โดยจะแจกแบบสอบถามโดยอาศัยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มที่ไม่คำนึงถึงความเป็นในการสุ่ม (Non-Probability Sampling) โดยมีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มจากสมาชิกของกลุ่มประชากรเป้าหมายเท่าที่จะหาได้

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่เคยมีการตีพิมพ์เผยแพร่แก่สาธารณะชน อาทิ เอกสารที่เป็นบทความทางวิชาการ ตำราวิชาการจากหนังสือจากรายงานการวิจัย รวมทั้งเอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เกี่ยวกับแนวคิดวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดด้วยตนเองในทันทีที่เก็บคืนมาโดยผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์ทางสถิติ โดยการประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้



1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่(Frequency)ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มีดังนี้
2. ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสตูล วิเคราะห์โดยการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.25 มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.50 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 57.75 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.00 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนคิดเป็นร้อยละ 37.75 มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.25 มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดสตูล คิดเป็นร้อยละ 18.75 ส่วนใหญ่เคยเที่ยวจังหวัดสตูลแล้ว จำนวน 2 -3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.00 มีรูปแบบการเดินทาง เป็นการจัดการเดินทางเอง คิดเป็นร้อยละ 74.75 และผ่านบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 25.25 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 5.75

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูล ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อของที่ระลึกเพื่อเป็นของขวัญ คิดเป็นร้อยละ 58.00 มีแหล่งข้อมูลในการซื้อของที่ระลึกจากคำบอกเล่าจากญาติ / เพื่อน และคนใกล้ชิด คิดเป็นร้อยละ 41.25 ส่วนใหญ่ประเภทของที่ระลึกที่เลือกซื้อคือ ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ คิดเป็นร้อยละ 70.00 สถานที่ที่ซื้อของที่ระลึกเป็นบริเวณแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 61.50 บุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อของที่ระลึกคือ ตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 60.50 ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการเลือกซื้อของที่ระลึก 0-30 นาทีคิดเป็นร้อยละ 59.75

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูลมีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูลมีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูล อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านตราสินค้า 2.ด้านการสื่อสาร

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูลได้แก่ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษาจำนวนครั้งในการมาเที่ยว รูปแบบการเดินทางผู้ร่วมเดินทางและวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูลได้แก่รายได้ต่อเดือน ผู้ร่วมเดินทาง และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับประเภทของที่ระลึกที่ท่านเลือกซื้อ

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูลได้แก่อายุรูปแบบการเดินทาง และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับบุคคลที่มีอิทธิพลในการซื้อของที่ระลึก

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูลได้แก่อายุระดับการศึกษาจำนวนครั้งในการมาเที่ยวและรูปแบบการเดินทางมีความสัมพันธ์กับเวลาในการเลือกซื้อของที่ระลึก

ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูลได้แก่สถานภาพระดับการศึกษาระยะเวลาในการมาเที่ยวรูปแบบการเดินทางและวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปริมาณของที่ระลึกในการซื้อแต่ละครั้ง



ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูลได้แก่อาชีพจำนวนครั้งในการมาเที่ยวและวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการกลับมาซื้อของที่ระลึกอีกครั้ง

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสตูลที่มีเพศอายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้ต่อเดือนจำนวนครั้งในการมาเที่ยว ระยะเวลาในการมาเที่ยว รูปแบบการเดินทางผู้ร่วมเดินทาง และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ต่างกัน มีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสตูลที่มีสถานภาพต่างกัน มีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลโดยรวมไม่แตกต่างกัน

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสตูลที่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อของที่ระลึกประเภทของที่ระลึกที่เลือกซื้อสถานที่ที่ซื้อของที่ระลึกค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแต่ละครั้งปริมาณของที่ระลึกในการซื้อแต่ละครั้ง การกลับมาซื้อของที่ระลึกอีกครั้ง และการกลับมาซื้อของที่ระลึกอีกครั้งต่างกัน มีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูล

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องการรับรู้สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลโดยวัดความสำคัญของการรับรู้ภาพลักษณ์ที่มีความโดดเด่นของการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลซึ่งนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูล ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี มีสถานภาพโสด มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดสตูล ส่วนใหญ่เคยเที่ยวจังหวัดสตูลแล้ว จำนวน 2-3 ครั้ง ซึ่งมาพัก 2-3 วัน มีรูปแบบการเดินทางเป็นการจัดการเดินทางเอง มีผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อนและมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน จากการศึกษาเรื่องการรับรู้สินค้าของที่ระลึกโดยวัดระดับความสำคัญของการรับรู้ภาพลักษณ์ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านตราสินค้า ด้านการสื่อสาร สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูล มีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดสตูล มีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูล อยู่ในระดับมาก 1 ด้านได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านตราสินค้าด้านการสื่อสารการรับรู้ของที่ระลึกในจังหวัดสตูลด้านผลิตภัณฑ์เป็นของที่ระลึกที่มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจและเป็นของที่ระลึกที่มีคุณภาพสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ กฤษฎาการเศรษฐศาสตร์ (2554) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อให้แก่ครอบครัวทราบแหล่งข้อมูลจากหนังสือแนะนำตัวค่านึงในเรื่องความคุ้มค่าของเงินต้องการซื้อของที่ระลึกที่มีคุณลักษณะทำด้วยมือซื้อของที่ระลึกจากไนท์บาร์ซ่าใช้เวลาว่างหลังจากกลับมาถึงที่พัก/หลังอาหารในการซื้อของที่ระลึกมีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกในช่วง 1,000-3,000 บาท/การเดินทางซื้อของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์หัตถกรรมปริมาณของที่ระลึกที่ซื้อ 5 ชิ้นและน้อยกว่าหากมีโอกาสมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้งจะกลับมาซื้อซ้ำและแนะนำผู้อื่นให้ซื้อของที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่เช่นเดียวกับงานวิจัยของสุภาวดีชาวผ้าขาว(2548) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยซื้อของที่ระลึกระหว่าง 1 – 3 ครั้งเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนนิยมซื้ออาหาร/ขนม



และของที่ระลึกเพื่อเป็นของฝากตัดสินใจซื้อของที่ระลึกด้วยตนเองค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกไม่ต่ำกว่า 500 บาทซื้อของที่ระลึกบริเวณแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่าเคยซื้อของที่ระลึกระหว่าง 1 – 3 ครั้งโดยมีจุดประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนนิยมซื้อผลิตภัณฑ์งานฝีมือ/งานแกะสลักซื้อสินค้าของที่ระลึกเพื่อเป็นที่ระลึกในการเดินทางตัดสินใจซื้อของที่ระลึกด้วยตนเองค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกไม่ต่ำกว่า 500 บาทซื้อของที่ระลึกจากบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานภาครัฐควรประสานกับผู้ประกอบการกับผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกในจังหวัดสตูลจัดเสนอรูปแบบตราสินค้าและการสื่อสารของภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลให้มีมาตรฐานเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ประกอบการในการขยายตลาดและจะได้เป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกให้ก้าวหน้าต่อไป
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงและพัฒนาภาพลักษณ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้นและควรผลิตสินค้าของที่ระลึกให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสตูลให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่มีคุณภาพทั้งตัวสินค้าบรรจุภัณฑ์ราคาและการประชาสัมพันธ์สินค้าของที่ระลึกให้แพร่หลาย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดสตูลเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านพฤติกรรมที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสตูล เพื่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะนำข้อมูลไปใช้การพัฒนาสินค้าของที่ระลึกให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ
2. ควรศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในมุมมองของชาวต่างชาติเพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพในอนาคต
3. ควรศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดสตูลเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลให้กับความต้องการของนักท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎา เศรษฐเสถียร. (2554). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่*.วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.(2557). สืบค้นเมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2558 จาก http://marketingdatabase.tat.or.th/ewt_w3c/ewt_news.php?nid=1621
- จังหวัดสตูล.(2557).สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2558 จาก <http://www.hotelsthailand.com/south/satun/>
- แพตติยา ทองใบ. (2553). *การพัฒนาศักยภาพการจัดการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวกรณีศึกษาอาณาเภอนาโพธิ์จังหวัดบุรีรัมย์*.วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น.



- เรวัตอารีรอบ. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกพื้นเมืองไทยของชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตศึกษาเฉพาะกรณีของร้านกินรีเฮ้าส์อำเภอเมืองจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สุภาวดีชาวผ้าขาว. (2548). พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาการจัดการทั่วไปมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- เสาวณีย์สุนทรากร. (2550). พฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดพังงา. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต