

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาและออกแบบของที่ระลึกสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา ในบทนี้เนื้อหาสรุปผลการวิจัยวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ในการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ เพื่อนำผลวิจัยไปใช้ในครั้งต่อไป มีดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รูปแบบและประเภทของที่ระลึกสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก : กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา
2. เพื่อออกแบบของที่ระลึกสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจกับนักท่องเที่ยวและเจ้าของกิจการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการทำวิจัยครั้งนี้ครอบคลุมประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1. ประชากร คือ นักท่องเที่ยวและเจ้าของกิจการในตลาดน้ำอัมพวา
2. กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวและเจ้าของกิจการในตลาดน้ำอัมพวา จำนวน 100 คน

ตัวแปรที่ทำการศึกษา

1. ตัวแปรต้น คือ การออกแบบของที่ระลึกของตลาดน้ำอัมพวา
2. ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเจ้าของกิจการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสังเกต ผู้วิจัยได้สังเกตรูปทรงลักษณะของที่ระลึกจากร้านค้าขายของที่ระลึกภายในตลาดน้ำอัมพวา
2. แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการสอบถามความต้องการซื้อของที่ระลึกจากนักท่องเที่ยวและนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม
3. แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามความต้องการในด้านการออกแบบของที่ระลึกและบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกของตลาดน้ำอัมพวา

วิธีสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างแบบสอบถามผู้วิจัยได้ยึดหลักตามขั้นตอนดังนี้

- ผู้ตอบสามารถเข้าใจได้ง่าย
- ไม่เป็นประโยชน์พิเศษซ่อนเร้น
- ไม่เป็นข้อความที่สร้างความอึดอัดแก่ผู้ตอบ
- ไม่เป็นข้อความชี้แนะคำตอบ

ประเด็นคำถามสำหรับนักท่องเที่ยวที่ซื้อของที่ระลึกในตลาดน้ำอัมพวา

- ข้อมูลความชอบเฉพาะส่วนบุคคล
- พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง
- สอบถามความคิดเห็น

ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเป็นการดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยการสุ่มตัวอย่างเมื่อพบกลุ่มตัวอย่างจึงชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความร่วมมือในการให้ข้อมูล โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- การใช้แบบสังเกตการณ์ สังเกตพฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวที่มีการสนใจในลักษณะใด เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบของที่ระลึกในตลาดน้ำอัมพวา
- การใช้แบบสัมภาษณ์ สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวเพื่อทราบความต้องการในการเลือกซื้อของที่ระลึกภายในตลาดน้ำอัมพวา
- การใช้แบบสอบถาม สอบถามจากนักท่องเที่ยวและเจ้าของกิจการบริเวณตลาดน้ำอัมพวาว่ามีความคิดเห็นอย่างไรต่อของที่ระลึกที่ได้ออกแบบไว้

สรุปผลการวิจัย

1. การออกแบบของที่ระลึกสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกมากขึ้น
2. การออกแบบของที่ระลึกสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของสถานที่ท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกเป็นส่วนร่วมและมีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์
3. การออกแบบของที่ระลึกสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องมีรูปลักษณะที่สื่อถึงและเข้ากับสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆให้เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย เพื่อรองรับความต้องการในการเลือกซื้อ

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาและออกแบบของที่ระลึกสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นที่เห็นสมควรนำมาอภิปรายเพื่อเกิดความเข้าใจยิ่งขึ้นดังต่อไปนี้

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาและเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกเป็นเพศหญิงมากกว่าชาย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเพศหญิงเป็นเพศที่มีลักษณะนิสัยในการซื้อของอุปโภคบริโภค และมีความ

พิถีพิถันในเรื่องการซื้อ เป็นเพศที่รักสวยรักงามชอบการตกแต่งประดับประดา ความประณีต ความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย เป็นเพศที่ชอบแสวงหาสิ่งของเครื่องใช้เพื่อตนเองและผู้อื่น รวมทั้งชอบสะสมของที่มีคุณค่าและความงามมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปวีณา โทณแก้ว (2542) ที่ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล ประชากรจำนวน 900 คน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกส่วนใหญ่เป็นวัยหนุ่มสาว มีอายุระหว่าง 15-25 ปี ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าวัยนี้สภาพด้านร่างกายและจิตใจมีความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว มีความเป็นผู้ใหญ่ อยู่ในวัยกำลังศึกษาและสำเร็จการศึกษา มีการตัดสินใจซื้อสูง อีกทั้งยังอยู่ในวัยที่แสวงหาสินค้าอุปโภคบริโภค ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาวดี ชาวผ้าขาว (2548) ที่ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการเลือกซื้อของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลประชากรชาวไทยจำนวน 400 คน พบว่า อายุของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อการกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 21-30 ปี จะมีอำนาจในการซื้อมากที่สุดและ สนใจในการซื้อของที่ระลึกด้วยตนเอง และยังพบว่า อายุเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผลให้มีกลุ่มหนุ่มสาวซื้อของที่ระลึกกันเป็นจำนวนมาก

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา มากกว่าครึ่งเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกด้วยวัตถุประสงค์เพื่อจะซื้อเองและซื้อฝากผู้อื่นด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าเมื่อได้พบเห็นสินค้าที่ระลึกซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นก็มีความอยากทดลองรับประทานหรืออยากทดลองใช้ บางคนอาจจะเคยได้รับทราบถึงชื่อเสียงของสินค้านั้นๆ มาก่อนเมื่อมาพบเห็นสินค้าที่ถูกต้อง มีรูปทรงที่ชอบ มีขนาดที่พอเหมาะ มีตรารับรอง ก็ตัดสินใจเลือกซื้อ บางคนต้องการหาซื้อสินค้าที่ระลึกที่เป็นเอกลักษณ์ของสถานที่นั้นๆ เพื่อเป็นการสะสม หรือนำไปให้ผู้อื่นเพื่อเป็นของฝากแสดงให้รู้ว่าตนได้มาเที่ยวสถานที่นั้นแล้ว หรือซื้อหาของที่มีคุณค่าและเป็นสัญลักษณ์ของตลาดน้ำอัมพวาไปมอบให้ผู้อื่นเป็นการแสดงความเคารพหรือเป็นการแสดงความมีน้ำใจต่อผู้อื่น ซึ่งเป็นค่านิยมที่ควรยกย่องของคนไทย (สุพัตรา สุภาพ, 2543) ซึ่งเป็นผู้มีน้ำใจไมตรี มีความเอื้ออารี รักพวกพ้องและเป็นผู้มีความกตัญญูรู้บุญคุณคน

ผลการวิจัยพบว่า สินค้าของที่ระลึกของตลาดน้ำอัมพวา นักท่องเที่ยวนิยมซื้อได้แก่ เสื้อยืดที่มีคำหรือข้อความว่า “อัมพวา” “คิดถึงอัมพวา” “รักนะอัมพวา” เป็นต้น ซึ่งรูปแบบของตัวอักษรหรือข้อความที่ใช้มีหลากหลายแล้วแต่ว่าผู้ขายจะออกแบบมาเช่นไร ขอให้มีความว่า “อัมพวา” ก็พอ นอกจาก

เลื้อยขีดแล้ว ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกอื่นๆที่มีคำว่า “อัมพวา” ก็จะได้รับคามสนใจ เช่น หลัทธิโลเมตร จำลอง พวงกุญแจ ดินสอ สมุดโน้ต กระดานพร้อมตัวหนีบข้อความ ถุงผ้า (ลดโลกร้อน) สกรีนลาย นาฬิกาตั้งโต๊ะ กรอบรูป โคมไฟ แก้วน้ำ จะมีคำว่า “อัมพวา” ถูกออกแบบให้อยู่ในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ข้อสังเกตนี้ทำให้พอจะสรุปได้ว่า มูลค่าที่แท้จริงหรือจุดขายจริงของตลาดน้ำอัมพวา คือ ความเป็นอัมพวา ไม่ว่าจะอยู่ในลักษณะใด นอกจากนี้สิ่งที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้ออีกคือ ราคาเหมาะสม ความสะดวก การออกแบบมีความประทับใจมีความภูมิใจที่จะได้เป็นเจ้าของ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางด้านสินค้าอันได้แก่ รูปทรง วัสดุ ขนาด สี และบรรจุภัณฑ์ ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก มีดังนี้ ประเภทของกิน ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเลือกซื้อคือ สินค้ามีขนาดพอเหมาะ ซึ่งสะดวกในการพกพาหรือราคาพอสมควร ย่อมดึงดูดความสนใจให้อยากซื้อเป็นประการแรก ความน่าสนใจของบรรจุภัณฑ์ เพราะบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามดูดี สินค้ามีชื่อเสียง มีตรารับรองคุณภาพ สอดคล้องกับ วนิดา แก้วเนตร (2545) ที่ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาบ้านฉาง อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี โดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล ประชากรจำนวน 352 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจในรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์มากกว่าราคาสินค้า

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวแต่ละวัย ผลการวิจัยพบว่า ในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกเกือบทุกประเภท กลุ่มผู้ซื้อสูงสุดอยู่ในวัยหนุ่มสาวซึ่งอยู่ในกลุ่มอายุ 15-25 ปี กลุ่มอายุ 36-45 ปี และ กลุ่มอายุ 26-35 ปี ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัยนี้มียานพาหนะส่วนตัวและมีประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้า จึงทำให้มีการตัดสินใจดีกว่ากลุ่มอื่น อีกทั้งวัยนี้ส่วนใหญ่มีสภาพสมรสหรือมีครอบครัวแล้ว การตัดสินใจซื้อของกินของใช้และของตกแต่งเพื่อใช้ในครัวเรือน

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลวิจัยไปใช้

เรื่อง การศึกษาและออกแบบของที่ระลึกสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาตลาดน้ำอัมพวา มีรูปแบบที่เรียบง่าย แต่สามารถดึงดูดใจผู้ซื้อได้ จะต้องมียอดผู้ประกอบการด้านการตลาดและด้านต่างๆ นอกเหนือจากการวิจัยมาประกอบ เพราะกลุ่มประชากรมีลักษณะไม่เหมือนกัน และยังสามารถพัฒนาในรูปแบบต่างๆ ได้อีก มีข้อสังเกตที่น่าสนใจว่าตลาดน้ำอัมพวาได้รับความนิยมสูงมาก

ของนักท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีทั้ง ของกิน ของใช้ ของฝาก และสถานที่ที่มีความหลากหลายให้เลือกเที่ยวชม ดังนั้นสินค้าหรือบริการอะไรก็ตามที่เกิดขึ้นในตลาดน้ำอัมพวาจึงถูกผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของตลาดน้ำอัมพวา เมื่อเป็นเช่นนี้ อะไรก็ตามที่มีคำว่า “อัมพวา” จะเกิดมูลค่าขึ้นมาทันที การนำผลวิจัยไปใช้จะต้องนำประเด็นนี้ไปเป็นข้อสังเกตด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยต่อไป

1. เนื่องจากตลาดน้ำอัมพวามีวันและเวลาในการเปิดปิดคือ จะเปิดใน วันศุกร์ เสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์นักท่องเที่ยวจะมีจำนวนมาก จะต้องมีการวางแผน ในการทำวิจัยให้รอบครอบจะทำให้การเก็บข้อมูลและรวบรวมข้อมูล ง่ายต่อการวิจัยในขั้นต่อไป
2. นักท่องเที่ยวที่มาตลาดน้ำอัมพวาจะมากันเป็นครอบครัวมีการวางแผนการท่องเที่ยวก่อนมาในการทำวิจัยนั้นจะต้องศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลการเชื่อมโยงข้อมูลกับบุคคลอื่นในด้านความคิดและข้อมูล รวมทั้งการขอคำปรึกษาจากเจ้าของกิจการ
3. ในการที่จะออกแบบของที่ระลึกสำหรับสถานที่ใดที่หนึ่งนั้นสิ่งนั้นจะต้องศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์และเรื่องราว เกร็ดความรู้ต่างๆจากคนในชุมชนและท้องถิ่นด้วยเพื่อให้มีข้อมูลในเชิงรายละเอียดจะเป็นประโยชน์ต่อการคิดพัฒนาโครงการต่อไป