

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกราฟิก สำหรับสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

จิตติมา เสือทอง¹, จิตสกา ศิริณภัก²

¹คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

²วิทยาลัยเทคโนโลยีศรีพิชากร

Email: Jitima.su@ssru.ac.th¹, csirinapuk@gmail.com²

Received: August 13, 2021

Revised: October 31, 2021

Accepted: December 20, 2021

บทคัดย่อ

การศึกษาคความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกราฟิกสำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อหาอัตลักษณ์จังหวัดระนองในการพัฒนาแนวทางการออกแบบกราฟิกสำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง และเพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกราฟิกสำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์จังหวัดระนอง และความต้องการด้านสินค้าของที่ระลึก ความต้องการด้านกราฟิกจากนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกราฟิกสำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนากราฟิกต้นแบบจากผลข้อมูลที่ได้ทำการตรวจสอบถามกลุ่มเป้าหมาย และได้พัฒนาต้นแบบกราฟิกให้มีความเรียบง่าย ใช้รูปแบบภาพประกอบที่ตัดทอน เป็นลายเส้นสบาย ๆ มีคาแรคเตอร์ของนักท่องเที่ยวเห็นถึงกิจกรรม ณ สถานที่นั้น ๆ และใช้โทนสีที่สดใสเพื่อให้ดูมีชีวิตชีวาสนุกสนาน เป็นความทรงจำที่ดีในการท่องเที่ยวที่ระนอง ผลการประเมินความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน พบว่า ความพึงพอใจด้านความสวยงาม และความพึงพอใจด้านความน่าสนใจอยู่ในระดับมาก คือ ร้อยละ 60 ด้านการรับรู้ถึงความเป็นจังหวัดระนอง ทำให้นักถึงจังหวัดระนองได้ดี อยู่ในระดับมากที่สุด คือ ร้อยละ 50 และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมาก คือ ร้อยละ 50

คำสำคัญ : ความพึงพอใจ สินค้าของที่ระลึก, การท่องเที่ยว, กราฟิก, ระนอง

Tourist Satisfaction towards Graphic For Tourism Souvenir of Ranong Province

Jitima Suathong¹, Jitsapha Sirinapuk²

¹ Faculty of Industrial Technology Suan Sunandha Rajabhat University

²Jaruspichakorn College of Technology

Email: Jitima.su@ssru.ac.th¹, csirinapuk@gmail.com²

Received: August 13, 2021

Revised: October 31, 2021

Accepted: December 20, 2021

Abstract

This study is quantitative research, aims to find the Ranong Province's identity, in order to, develop graphic for tourism souvenir and to evaluate the tourist satisfaction towards the graphic for tourism souvenir of Ranong Province. The tool of this study is questionnaires to investigate the Ranong province's identity, in order to find the tourist's interests for the graphic. The graphic prototype is developed according to the interests of the tourists as follow, the illustration style is simple shows activities of tourists at the tourist destinations. The color tone is bright, shows the good memory in Ranong Province. The result of satisfaction towards graphic for the souvenir, evaluated by 100 tourists, are as follow; Level 4 are; the aesthetic and attractiveness 60% . Level 5 represent Ranong's Identity well 50% and Level 4 affect the buying decision 50%.

Keywords : Satisfaction, souvenir, tourism, graphic, Ranong Province

บทนำ

จังหวัดระนองเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวมากมายตั้งอยู่ตอนบนของภาคใต้ฝั่งอันดามัน มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติโดยเฉลี่ยอยู่ที่เดือนละ 65,000-75,000 คน และรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยเดือนละ 300-400 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) และแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักดีของจังหวัด คือ บ่อน้ำแร่ธรรมชาติ และทางจังหวัดระนองได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด คือ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งมีแนวทางการพัฒนา เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การส่งเสริมการผลิตของฝากของที่ระลึกให้มีประสิทธิภาพ การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดระนอง จึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่งที่จะช่วยเสริมสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนซึ่งจะเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจังหวัดระนองและของชาติต่อไป (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดระนอง, 2563 : 3)

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนับว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งในด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวซื้อของที่ระลึกเพื่อเป็นที่ระลึกถึงความทรงจำในการท่องเที่ยว และซื้อเป็นของฝากเพื่อส่งความปรารถนาดีหรือเพื่อสร้างความประทับใจ ของที่ระลึกจึงเป็นส่วนช่วยในการกระจายรายได้ได้ดี ปัจจัยในการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวนอกจากคุณภาพ ความสวยงามของสินค้าแล้ว ยังรวมถึงการออกแบบที่โดดเด่น แปลกใหม่ในสถานที่ที่เหมาะสมกับสินค้า (นวัตวิถีการออกแบบของฝาก, 2563 : 14)

การนำอัตลักษณ์ของท้องถิ่นมาสะท้อนเป็นภาพหรือลวดลายบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกการท่องเที่ยว โดยอาศัยการออกแบบกราฟิกนั้นจะสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ช่วยต่อยอดวัฒนธรรมท้องถิ่น เนื่องจากการออกแบบกราฟิกเป็นการออกแบบภาพเพื่อการสื่อสาร เป็นการสร้างความจดจำที่ดี ความประทับใจของแหล่งท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนระลึกถึง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อหาอัตลักษณ์ของจังหวัดระนองสำหรับแนวทางการพัฒนากราฟิกสำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกราฟิกสำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

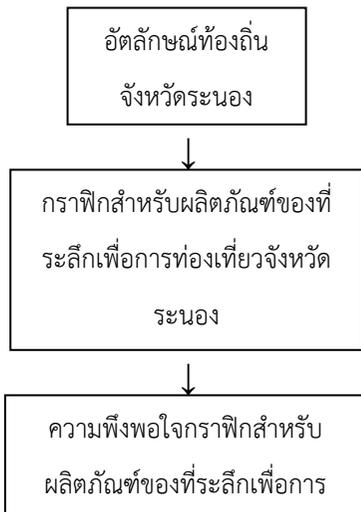
ระเบียบวิธีวิจัย

ขอบเขตงานวิจัย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง มีขอบเขตประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปจังหวัดระนองหรือเคยเดินทางไป จำนวน 100 คน

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในการสำรวจความคิดเห็นอัตลักษณ์ของจังหวัดระนอง (Questionnaire survey) และความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการออกแบบกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัด

ระนอง และแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง

กรอบแนวคิด



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ประกอบด้วยแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. เพื่อสำรวจความคิดเห็นด้านอัตลักษณ์จากทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของจังหวัดระนอง และเพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของกราฟิกบนของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อกราฟิกสำหรับของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว โดยการใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว

วิธีรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยโดยศึกษาข้อมูลจาก 1 เอกสารที่เกี่ยวข้อง รวบรวมข้อมูล สรุปผลจากเอกสาร

2. สัมภาษณ์ เก็บรวบรวมข้อมูลในจังหวัด และสำรวจความต้องการความสนใจของนักท่องเที่ยว

3. สรุป วิเคราะห์ แนวทางการออกแบบ พัฒนา รูปแบบกราฟิกสำหรับของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว

4. ประเมินความพึงพอใจ จากกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อกราฟิกสำหรับของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว จากนักออกแบบกราฟิก

5 สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ สรุปวิเคราะห์ผลข้อมูลและแปรผลเป็นการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับตามความต้องการ ซึ่งใช้เกณฑ์ระดับ 5 มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยร้อยละ

ผลการวิจัย

งานวิจัยการความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกราฟิกสำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง สามารถสรุปผลการวิจัยได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 อัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดระนองสำหรับแนวทางการออกแบบกราฟิกสำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดระนอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและการลงพื้นที่ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมสรุปเป็นประเด็นเพื่อสำรวจความคิดเห็นและความต้องการจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง หาอัตลักษณ์ของท้องถิ่นจังหวัดระนองเพื่อหาแนวทางการออกแบบกราฟิกสำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดระนอง ในการนำมาพัฒนาต้นแบบกราฟิกสำหรับ

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ซึ่งผลการวิจัยจังหวัดระนอง มีดังนี้

1. สสำรวจการรับรู้อัตลักษณ์จังหวัดระนองเมื่อกล่าวถึงจังหวัดระนอง 5 อันดับแรก ที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง ได้แก่

- อันดับที่ 1 บ่อน้ำแร่ร้อนรักษะวาริน
- อันดับที่ 2 เกาะพยาม
- อันดับที่ 3 ภูเขาหญ้า
- อันดับที่ 4 เหมืองแร่
- อันดับที่ 5 เครื่องประดับมุก

นอกจากนี้ยังนึกถึง คอคอดกระ เมืองที่ผลิตอาหารทะเลแปรรูป เมืองที่อยู่ชายฝั่งทะเลอันดามัน เป็นต้น

2. แสดงการรับรู้ รู้จักอัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะตัวของจังหวัดระนอง หลังเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดระนอง ของประชากรกลุ่มตัวอย่าง 5 อันดับแรก ได้แก่

- อันดับที่ 1 เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีบ่อน้ำร้อนธรรมชาติมากมาย
- อันดับที่ 2 เป็นเมืองที่มีการทำเหมืองแร่ดีบุกรุ่งเรืองในสมัยก่อน
- อันดับที่ 3 เป็นจังหวัดที่มีเกาะสวยงาม เช่น เกาะพยาม เกาะช้าง
- อันดับที่ 4 เป็นเมืองที่มีการทำเหมืองแร่ดีบุกรุ่งเรืองในสมัยก่อนเป็นเมืองที่ผลิตอาหารทะเล
- อันดับที่ 5 เป็นเมืองมีฉายาว่า ผนแปดแดดสี่ เนื่องจากมีฝนตกชุกมาก

นอกจากนี้ ประชากรกลุ่มตัวอย่างยังรู้จักว่าเป็นเมืองชายแดนติดประเทศเพื่อนบ้าน เป็นเมืองเล็กๆเรียบง่ายมีดีกรามบ้านช่องและรถโดยสารแบบ

ดั้งเดิม เมืองที่ผลิตอาหารทะเลแปรรูป เป็นเมืองที่ผลิตเครื่องประดับมุก เป็นต้น

3. แสดงการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวของประชากรกลุ่มตัวอย่าง 5 อันดับแรก ได้แก่

- อันดับที่ 1 คือ เสื้อยืด (T-shirts) ร้อยละ 64
- อันดับที่ 2 คือ กระเป๋าผ้า (bags) ร้อยละ 56
- อันดับที่ 3 คือ แก้ว ร้อยละ 52
- อันดับที่ 4 คือ อาหารแปรรูป และ โปสเตอร์โปสการ์ด หรือสิ่งพิมพ์บนกระดาษ
- อันดับที่ 5 แม่เหล็กติดตู้เย็น

ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนากราฟิกต้นแบบจากผลข้อมูลข้างต้น ได้พัฒนาต้นแบบกราฟิกให้มีคาแรคเตอร์ของนักท่องเที่ยวเห็นถึงกิจกรรม ณ สถานที่นั้น ๆ และใช้โทนสีที่สดใสขึ้นเพื่อให้ดูมีชีวิตชีวาสนุกสนานเป็นความทรงจำที่ดีในการท่องเที่ยวที่ระนอง ดังนี้



รูปที่ 1 ภาพจำลองกราฟิกต้นแบบสำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดระนอง
ที่มา : จิตติมา เสือทอง, 2564.

ส่วนที่ 2 ผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกราฟิกสำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดระนอง

ผู้วิจัยได้ทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน เพื่อประเมินความพึงพอใจ โดยมีประเด็นที่สำคัญ คือ 1) ความสวยงาม 2) ความน่าสนใจ 3) ทำให้นึกถึงจังหวัดระนองได้ดี 4) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ

1. แสดงผลวิเคราะห์ความพึงพอใจต้นแบบกราฟิกของกลุ่มตัวอย่าง ด้านความสวยงาม สรุปได้ว่าระดับความพึงพอใจด้านความสวยงาม 3 อันดับแรก คือ อยู่ในระดับมาก มีจำนวนร้อยละ 60 อยู่ในระดับมากที่สุดมีจำนวนร้อยละ 25 อันดับ3 ระดับปานกลาง จำนวนร้อยละ 10

2. แสดงผลวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจด้านความน่าสนใจ สรุปได้ว่ามีระดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรกคืออยู่ในระดับมาก มีจำนวนร้อยละ 60 อันดับ2 อยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวนร้อยละ 30 อันดับ3 ระดับปานกลาง มีจำนวนร้อยละ 10

3. ผลวิเคราะห์ความพึงพอใจต้นแบบกราฟิกของกลุ่มตัวอย่าง ด้านการรับรู้ความเป็นจังหวัดระนอง สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ ระดับมากที่สุดร้อยละ 50 ในระดับมากอยู่ที่ร้อยละ 30 ระดับปานกลาง จำนวนร้อยละ 20

4. แสดงผลวิเคราะห์ความพึงพอใจต้นแบบกราฟิกของกลุ่มตัวอย่าง ด้านส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ สรุปได้ว่ามีระดับความพึงพอใจ 3 อันดับแรก คือ อยู่ในระดับมาก จำนวนร้อยละ 50 ในระดับมากที่สุด จำนวนร้อยละ 40 และระดับปานกลาง ร้อยละ 10

สรุปและอภิปรายผล

จากการหาข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า อัตลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดระนอง ได้แก่ บ่อน้ำแร่ร้อนรักษะวาริน ซึ่งตรงกับกลุ่มตัวอย่างรู้จักและรับรู้สถานที่ท่องเที่ยวบ่อน้ำแร่ร้อนรักษะวารินเป็นอันดับ 1 ทั้งก่อนมาท่องเที่ยวและหลังจากท่องเที่ยวในจังหวัดระนองแล้ว อีกทั้งรับรู้อัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะตัวของจังหวัดระนองจากการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดับ 1 สอดคล้องกับผลการวิจัยของชยาภรณ์ อีระเวชพลกุล และไพฑูรย์ เจตธำรงค์ (2018) ได้ทำการศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ อำเภอเมือง จังหวัดระนอง พบว่าบ่อน้ำแร่ร้อนรักษะวาริน เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงในจังหวัดระนองเป็นอันดับ 1 เช่นกัน จึงสามารถสรุปได้ว่าอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดระนองเป็นที่รู้จักดี คือ บ่อน้ำแร่ธรรมชาติรักษะวาริน ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนากราฟิกต้นแบบจากผลข้อมูลที่ได้และทำการสำรวจสอบถามกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน เพื่อหาความต้องการในด้านกราฟิกสำหรับของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง และได้ทำการพัฒนาต้นแบบกราฟิกให้มีคาแรคเตอร์ของนักท่องเที่ยวเห็นถึงกิจกรรม ณ สถานที่นั้น ๆ และใช้โทนสีที่สดใสขึ้นเพื่อให้ดูมีชีวิตชีวาสนุกสนาน เป็นความทรงจำที่ดีในการท่องเที่ยวที่ระนอง ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน พบว่า ความพึงพอใจด้านความสวยงามอยู่ในระดับมาก ความพึงพอใจด้านความน่าสนใจ อยู่ในระดับมาก ด้านการรับรู้ถึงความเป็นจังหวัดระนอง ทำให้นึกถึงจังหวัดระนองได้ดี อยู่ในระดับ

มากที่สุด และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ อยู่ในระดับมาก ซึ่งผลการศึกษาเป็นไปในแนวทางเดียวกับผลการศึกษาเรื่องการพัฒนาสินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านบากชุม ตำบลโนนก่อ อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานีของสุวภัทร ศรีจางแสง (2561) ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านคุณค่าของศิลปะและความงาม มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด และเชื่อมโยงกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในเขตชุมชนอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราชของอิสราพร ไจระจางและคณะ (2559) ที่พบว่าผลิตภัณฑ์ควรสอดคล้องกับความสนใจของผู้บริโภค เน้นความสวยงาม คุณภาพดี มีเอกลักษณ์ และสอดคล้องกับ ผลการศึกษาของณัฐธิดา จงรักษ์ และคณะ (2560) เรื่องการออกแบบกราฟิกเพื่อผลิตของที่ระลึก และสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยว ตำบลเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ด้านความสวยงาม การจัดวางองค์ประกอบลวดลายกราฟิกมีความเหมาะสมกลมกลืน สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นได้อย่างหลากหลาย สีเส้นมีความน่าสนใจ สามารถสื่อถึงสถานที่ท่องเที่ยวของเขาต่อได้ จึงสามารถสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวจะพึงพอใจสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวในด้านความสวยงาม เน้นการมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น ๆ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนงบประมาณ รายได้มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา และสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้และความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน รวมทั้งข้อคิดเห็นเสนอแนะทั้ง

จากผู้เชี่ยวชาญและเพื่อร่วมงาน ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณทุกท่านมา ณ ที่นี้

References

Anantamongkolkul. C. & Pattanapokinsakul. K. “Creative Tourism Behavior of Cultural Tourist in Phuket.” Journal of an international and Thai tourism. Year15, Issue 2, Pages 1-20, July-December, 2019.

Chayaporn Teeravechpolkul et al. “Marketing Strategy to Promote Wellness Tourism in Meaung District, Ranong Province.” Rajapark Journal. Vol. 12 No.27, Pages 85-100, September- December, 2018.

Issaraporn Jaigrajang et al. *Guideline of Development and Culture and Tradition Souvenir for economic value added for Muang District, Nakhon Sri Thammarat.* (2017) National and International Academic Conference. (pp. 583-596) Had Yai University.

Ministry of Tourism and Sports. *Tourist Statistic.* (2020) . https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=411

Nattida Jongrak et al. *Graphic Design for Souvenir Production to Promote Travel Koa kho Petchabun* (2017) National Conference of Graduation Network of Northern Rajabhat University. (pp. 2384-2394) Research and Development Institution, Phibunsongkram Rajabhat University.

- Office of Permanent Secretary of Ministry of Tourism and Sports. (December, 2020) *Annual Government Action Plan*. https://ranong.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=964
- Planning Division of Community Development Department of Ministry of Interior. *Innovation of Souvenir Design*. (2020, 2 February) [https://plan.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/97/2018/Tomoyuki Ohe. \(2019, August 29\) . The chemical structure of drugs affects their toxicity. Keio Research Highlights. https://research-highlights.keio.ac.jp/2019/08/b.html](https://plan.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/97/2018/Tomoyuki%20Ohe.pdf)
- Suwapat Srijongsang. “The Development of Tourism Souvenir of Community Based Tourism in Bakchum Village, Nonkor Subdistrict, Sirinthorn District, Ubon Ratchathani Province.” *Humanities and Social Science Journal* Year9, Issue 2, Pages 20-47, July-December, 2018.