

แนวทางการพัฒนาของที่ระลึกประเภทแฮนด์คราฟต์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ
ชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Guidelines for Developing Handicraft Souvenirs for Thai Senior Tourists in
Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

ธำภรณ์ ทองคำนุช^{1*} เบญจพร เชื้อผึ้ง¹ พยดา แสงทานั่ง² รุ่งไพลิน เจริญสุข² และ สมบัติ ไตรเกตุ²
Thapakorn Thongkamnush^{1*} Benjaporn Chuapung¹ Piyada Saengthanang²
Rungphailin Jaroensuk² and Sombat Taiket²

Received 11 ตุลาคม 2566 Revised 26 พฤษภาคม 2567 Accepted 7 สิงหาคม 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในการเลือกซื้อของที่ระลึกประเภทแฮนด์คราฟต์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ 2) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาของที่ระลึกประเภทแฮนด์คราฟต์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในการเลือกซื้อของที่ระลึกประเภทงานแฮนด์คราฟต์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาและนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยจำนวน 400 คน โดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 55-65 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย/ปวช. ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ 10,001-20,000 บาท และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 2 ครั้งขึ้นไป ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อของที่ระลึกประเภทแฮนด์คราฟต์อยู่ในระดับมาก โดยหัวข้อของที่ระลึกใช้ประดับตกแต่งมีความสวยงาม มีผลประโยชน์ความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือของที่ระลึกใช้งานได้จริง ซึ่งสามารถนำมาวางแผนเพื่อยกระดับของที่ระลึกประเภทแฮนด์คราฟต์ได้แก่ การวางแผนการผลิต การออกแบบ และควบคุมราคา โดยอาศัยปัจจัยทางการตลาด ต้นทุนสินค้า แหล่งจัดจำหน่าย และการควบคุมคุณภาพเพื่อควบคุมสินค้าของฝากและของที่ระลึกให้เป็นสินค้าสร้างรายได้แก่ชุมชนและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อไป

คำสำคัญ: การยกระดับ, ของที่ระลึก, ผู้สูงอายุ

¹ อาจารย์ ดร., คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

¹ Lecturer Dr., Faculty Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

² นักศึกษา, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

² Student, Faculty Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail: Thapakorn.t@rmutsb.ac.th

Abstract

The objectives of this research were to: 1) survey the experience of Thai elderly tourists in selecting to buy handicraft souvenirs in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, and 2) develop guidelines handicraft souvenirs for Thai senior tourists in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. A questionnaire was designed for 400 Thai senior tourists to study their selection of handmade souvenirs in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, using descriptive statistical analysis as the research tool. The results show that the majority of senior tourists traveling and shopping are female, aged between 55 and 65, with a high school or vocational diploma education, employed in company jobs, earning 10,001-20,000 baht, and having traveled more than twice. The average satisfaction with handmade souvenirs is high, with the greatest satisfaction related to the aesthetic appeal of decorative souvenirs, followed by practical souvenirs. This information was used to plan the enhancement of handmade souvenirs for Thai senior tourists, taking into account market factors, product costs, distribution sources, and quality control. This is intended to ensure that souvenirs contribute to community income and support tourism-related businesses.

Keywords: Enhancing, Souvenir, Senior Tourists

1. บทนำ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศไทย โดยองค์ประกอบที่สำคัญอย่างหนึ่งของธุรกิจท่องเที่ยวคือ ผลิตภัณฑ์สินค้าของที่ระลึกที่นำรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น ทั้งนี้นักท่องเที่ยวนอกจากจะเดินทางมาชมแหล่งท่องเที่ยวแล้วใช้เวลาในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการซื้อสินค้าที่ระลึกเพื่อนำกลับไปเป็นของฝากและสร้างร่องรอยของความทรงจำในสถานที่ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คาดการณ์ว่าปี 2567 การท่องเที่ยวภายในประเทศจะมีการฟื้นตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น (Moving forward to Better) ทั้งฝั่งอุปทานและอุปสงค์และจะสร้างความมั่นคงทางการท่องเที่ยวและเกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมและศึกษาประวัติศาสตร์ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) อีกทั้งประเทศไทยซึ่งมีความโดดเด่นทางการท่องเที่ยวและบริการและยังมีพื้นฐานจากรากเหง้าวัฒนธรรมประเพณีที่สั่งสมและถ่ายทอดกันมายาวนาน มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ที่มีความหลากหลายและเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว การพัฒนารากเหง้าวัฒนธรรมประเพณีอันเป็นมรดกวัฒนธรรม (Cultural Heritage) โดยการนำจุดเด่นดังกล่าวออกแบบมาเป็นสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นนั้นจะมีส่วนในการสร้าง

แรงจูงใจ ซึ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเหล่านี้สนใจงานหัตถกรรม โดยความชอบ ต้องการนักท่องเที่ยวในด้านเชิงชาติพันธุ์ ศิลปะ เอกลักษณ์ดั้งเดิม และนักท่องเที่ยวที่จะได้สัมผัสถึงความแท้จริงของชุมชนที่พวกเขาเคยเป็นการเยี่ยมชมเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Littrell et al.,1994) อีกทั้งในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่จะเลือกซื้อสินค้าที่ระลึก (กำธร แจ่มจำรัส และคณะ, 2565) การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และคงคุณค่าศิลปะและความงาม โดยเฉพาะของที่ระลึกประเภทงานแฮนดิคราฟท์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์และความเป็นตัวตน งานแฮนดิคราฟท์จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกให้สอดคล้องกับการแสดงอัตลักษณ์ของแหล่งวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้จังหวัดเป็นอย่างสูง โดยมีรายได้จากนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย รายได้หลักจากแหล่งท่องเที่ยว ค่าที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง จากทัวร์ โดยเฉพาะรายได้สินค้าพื้นเมืองโอท็อป ร้านขายผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก เป็นต้น (พิเนต ต้นศิริ และพรนภา ศรีแก้ว, 2564) ซึ่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งผลิตแฮนดิคราฟท์ที่สำคัญของประเทศเนื่องจากมีความเจริญด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดมาอย่างยาวนาน ทำให้สินค้าแฮนดิคราฟท์มีอัตลักษณ์ที่แสดงตัวตนได้อย่างชัดเจนและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการจับจ่าย เพื่อซื้อสินค้าแฮนดิคราฟท์ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยมากกว่าร้อยละ 60 จะจ่ายเงินเพิ่มเพื่อซื้อสินค้าที่ออกแบบมาเพื่อกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยโดยเฉพาะ และเมื่อศึกษาไปถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทำให้ทราบได้นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยมีอัตราเพิ่มอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวสูงขึ้น

จากผลสำรวจเห็นได้ว่าการซื้อสูงในประเทศไทยจะเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยเนื่องจากสังคมไทยเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงวัยอย่างสมบูรณ์แล้ว กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุนอกจากจะชื่นชอบการท่องเที่ยวแล้ว ยังต้องการบริการที่มีคุณภาพคุ้มค่าจากผู้ให้บริการด้วยนอกจากท่องเที่ยวแล้ว มักให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลักและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้สูงอายุยังพบว่า ผู้สูงอายุกว่าร้อยละ 60 ยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มหากได้สินค้าและบริการที่ออกแบบมาเพื่อผู้สูงอายุโดยงานหัตถกรรมที่สะท้อนถึงวัฒนธรรม (Mudtayomburut, 2011) จะเห็นได้ว่ารูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจึงเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวในรูปแบบพฤติกรรมอื่น ๆ โดยเน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คำนึงถึงความคุ้มค่า ในการให้บริการทางการท่องเที่ยว เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตและการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี (ณัฐจิณีภรณ์ ปิงแก้ว และคณะ, 2563)

จังหวัดพระนครศรีอยุธยาจึงเป็นสินค้าที่สามารถนำมาเป็นสินค้าของที่ระลึกที่ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยได้จึงสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของประเทศไทยที่มีความท้าทายต่อการบรรลุเป้าหมายในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวต้องส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ในการเติบโตสูง

คือการส่งเสริมสวรรค์แห่งการช้อปปิ้งโดยสนับสนุนให้มีกลุ่มสินค้าที่ระลึกประจำชาติเพื่อดึงดูดให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาทั้งภาคทฤษฎี และภาคปฏิบัติ โดยคณะนักวิจัยได้เลือกสองภาคธุรกิจหลักของการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม และ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมและบริการมูลค่าสูงที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวมาเป็นกรณีศึกษา เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาของที่ระลึกที่เป็นงานแฮนด์คราฟท์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทย เพื่อศึกษาประสบการณ์ในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกและแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทางคณะผู้วิจัยจึงคาดหวังว่า การศึกษาแนวทางแรงจูงใจในการเลือกซื้อของที่ระลึกครั้งนี้จะต้องสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและช่วยพัฒนาคุณภาพสินค้าของที่ระลึกของกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุทั้งคนไทยในกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้นและผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจด้านของที่ระลึกได้นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาของที่ระลึกให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อสำรวจประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในการเลือกซื้อของที่ระลึกประเภทแฮนด์คราฟท์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

2.2 เพื่อสร้างแนวทางพัฒนาของที่ระลึกประเภทแฮนด์คราฟท์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยทางการท่องเที่ยวเชิงปฏิบัติการ (Tourism Action Research) ซึ่งมีวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีวิธีการวิจัย ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในปี พ.ศ. 2565 เป็นจำนวน 874,750 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, 2566) กลุ่มตัวอย่างคำนวณตามตาราง Taro Yamane ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามข้อคำถามแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกซื้อสินค้าของฝากและของที่ระลึก เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาของที่ระลึกประเภทงานแฮนด์คราฟท์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ข้อคำถามแบบปลายเปิด

3.2.2 การสร้างเครื่องมือ

1) ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี เนื้อหา จากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสารในการกำหนดกรอบข้อคำถามตามโครงสร้าง และวิเคราะห์ประเด็นคำถามในส่วนแบบสอบถาม

2) ดำเนินการสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง

3) ตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรง โดยพิจารณาจากค่า IOC ที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปจากการคำนวณค่า IOC พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.6-0.8 ซึ่งถือว่าข้อคำถามทั้งหมดสามารถวัดได้ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

4) ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อปรับปรุงและแก้ไขตามคำแนะนำ

5) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงและไปทดลอง (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.92 ถือว่ามีค่าความเชื่อมั่นในระดับดี

6) จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) แบบสอบถามส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งมีข้อคำถามแบบเลือกตอบ นำมาแจกแจงความถี่ และสรุปผลเป็นคำร้อยละ

2) แบบสอบถามตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต่อการเลือกซื้อสินค้าของฝากและของที่ระลึก ซึ่งมีข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า นำมาหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้มาตรวัด Likert Scales 5 ระดับ และ แปลค่าคะแนน คือ 4.21-5.00 มากที่สุด 3.41-4.20 มาก 2.61-3.40 ปานกลาง 1.81-2.60 น้อย และ 1.00-1.80 น้อยที่สุด

3) ข้อเสนอแนะในการพัฒนาของที่ระลึกประเภทงานแฮนด์คราฟท์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ข้อคำถามแบบปลายเปิดใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

4. ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	152	38.00
หญิง	248	62.00
2. อายุ		
55-65 ปี	276	69.00
66-75 ปี	104	26.00
76 ปีขึ้นไป	20	5.00
3. สถานภาพ		
โสด	108	27.00
สมรส	256	64.00
หม้าย/หย่าร้าง	36	9.00
4. การศึกษา		
ประถมศึกษา	96	24.00
มัธยม/ปวช.	140	35.00
อนุปริญญา/ปวส.	44	11.00
ปริญญาตรี	104	26.00
สูงกว่าปริญญาตรี	16	4.00
5. อาชีพปัจจุบัน		
รับราชการ	16	4.00
พนักงานบริษัท	132	33.00
รับจ้าง/ลูกจ้าง	116	29.00
ธุรกิจส่วนตัว	72	18.00
การเกษตร	36	9.00
อื่น ๆ	28	7.00
6. รายได้ในปัจจุบันต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	92	23.00
10,001-20,000 บาท	200	50.00
20,001-30,000 บาท	56	14.00
มากกว่า 30,000 บาท	52	13.00
7. ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
ครั้งแรก	12	3.00
ครั้งที่ 2	40	10.00
มากกว่า 2 ครั้งขึ้นไป	348	87.00

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อสำรวจประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในการเลือกซื้อของที่ระลึกประเภทงานแฮนด์คราฟท์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 248 คน คิดเป็นร้อยละ 62 มีช่วงอายุระหว่าง 55-65 ปี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69 มีสถานภาพสมรส จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64 และมีระดับการศึกษามัธยม/ปวช. จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35 อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 รายได้ 10,001-20,000 จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50 และเคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มากกว่า 2 ครั้งขึ้นไป จำนวน 348 คน คิดเป็นร้อยละ 87

ตารางที่ 2 ประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่มีผลต่อของที่ระลึกประเภทงานแฮนด์คราฟท์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

รายการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	แปลความ
1. งานฝีมือที่มีในปัจจุบันมีให้เลือกซื้อหลากหลายประเภท	4.10	0.82	มาก
2. ของที่ระลึกที่มีตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงอายุ	3.80	0.79	ปานกลาง
3. ของที่ระลึกสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	4.07	0.90	มาก
4. ของที่ระลึกใช้งานได้จริง	4.19	0.81	มาก
5. ของที่ระลึกใช้ประดับตกแต่งมีความสวยงาม	4.24	0.77	มาก
6. ของระลึกมีความแข็งแรงทนทาน	3.92	0.83	มาก
7. ของที่ระลึกมีความคุ้มค่ากับราคา	3.95	0.93	มาก
8. ของที่ระลึกพบเห็นได้ทั่วไป	3.81	1.00	มาก
9. สินค้ามีความโดดเด่นดึงดูดตา	3.89	0.93	มาก
10. ผู้จัดจำหน่ายให้ความรู้ได้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	3.48	1.02	ปานกลาง
รวม	3.94		มาก

จากตารางที่ 2 ผลประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่มีต่อของที่ระลึกประเภทงานแฮนด์คราฟท์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยมีความพึงพอใจในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยรวม 3.94 อยู่ในระดับมาก โดยความพึงพอใจสูงสุดอันดับ 1 ได้แก่ ของที่ระลึกใช้ประดับตกแต่งมีความสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.24 อันดับที่ 2 ของที่ระลึกใช้งานได้จริง มีค่าเฉลี่ย 4.19 อันดับที่ 3 งานฝีมือที่มีในปัจจุบันมีให้เลือกซื้อหลากหลายประเภทมีค่าเฉลี่ย 4.10 อันดับ 4 ของที่ระลึกสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีค่าเฉลี่ย 4.07

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 แนวทางพัฒนาของที่ระลึกประเภทแฮนด์คราฟท์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีผู้สูงอายุเสนอแนวทางการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกไว้ โดยเป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาของที่ระลึกประเภทงานแฮนด์คราฟท์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 3 ข้อเสนอแนะในการพัฒนาของที่ระลึกประเภทงานแฮนด์คราฟท์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ประเด็นเพื่อการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก	แนวทางพัฒนาของที่ระลึกประเภทแฮนด์คราฟท์
1. ของที่ระลึกใช้ประดับตกแต่งมีความสวยงาม	1. มีการออกแบบร่วมกันโดยตั้งเกณฑ์มาตรฐานของผลิตภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ต้องตรงตามมาตรฐานที่กำหนดเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้า 2. ควบคุมวัสดุให้มีคุณภาพก่อนมีการผลิต 3. พัฒนางานฝีมือ โดยการฝึกอบรม เน้นการลงมือทำให้ชิ้นงานเกิดความสุขงามและมีคุณภาพ
2. ของที่ระลึกใช้งานได้จริง	1. มีการทดสอบการใช้งาน ความแข็งแรง การรับน้ำหนัก ความคงทนของสินค้า 2. มีการออกแบบเพื่อนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ก่อนลงมือผลิต 3. นำสิ่งที่ใช้งานในชีวิตปัจจุบันมาออกแบบและผสมผสานความเป็นเอกลักษณ์ความเป็นอยุธยาเมืองเก่าออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ของฝากและของที่ระลึกประจำจังหวัด
3. งานฝีมือที่มีในปัจจุบันมีให้เลือกซื้อหลากหลายประเภท	1. มีการวางแผนการจัดแบ่งประเภทเพื่อเป็นการวางแผนการผลิต การวางแผนการตลาด การจัดจำหน่ายให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภค 2. สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการที่หลากหลายอย่างสม่ำเสมอ
4. ของที่ระลึกสะท้อนความเป็นจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	1. ศึกษาศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาอย่างลึกซึ้งเพื่อดึงเอาความเป็นอัตลักษณ์ออกมาสร้างสรรค์ผลงาน 2. ศึกษาการใช้สี รูปร่าง ให้มีความจำเพาะโดยอ้างอิงประวัติศาสตร์ให้มีความเชื่อมโยงเป็นเรื่องเล่า 3. นำเอาเรื่องเล่าในอดีตมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์

5. การอภิปรายผล

ผลการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ประสพการณ์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในการเลือกซื้อของที่ระลึกประเภทแฮนด์คราฟท์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยสำรวจความพึงพอใจกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่มีผลต่อของที่ระลึกประเภทงานแฮนด์คราฟท์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

การเปรียบเทียบองค์ประกอบในการเลือกซื้อของที่ระลึกงานแฮนด์คราฟท์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ด้านข้อมูลส่วนบุคคล นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุ ระหว่าง 55-65 ปี มีสถานภาพสมรส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจพร เชื้อผึ้ง และคณะ (2561) ศึกษาเรื่องแนวทางการจัดการบริการของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุ ระหว่าง 55-65 ปี มีสถานภาพสมรส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวาลย์ รัตนพันธุ์ (2561) ศึกษาเรื่อง การนำศิลปวัฒนธรรมภาคใต้มาสร้างแนวความคิดในการออกแบบของที่ระลึก พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะของวิธีการทำ ผลิตภัณฑ์มีวัสดุที่เอกลักษณ์เฉพาะ ผลิตภัณฑ์มีเรื่องราวผลิตภัณฑ์มีคุณค่าของศิลปและหัตถกรรม รองลงมาด้านความเหมาะสมกับวัสดุและกรรมวิธีการผลิตวัสดุมีความแข็งแรงคงทนและด้านความเหมาะสมกับความสวยงาม ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามลวดลายมีความสวยงามวัสดุมีความสวยงามผลิตภัณฑ์มีความสวยงามรูปทรงมีความสวยงาม และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปาริชาติ รัตนพล (2555) ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย พบว่า ผลการสอบถามความคิดเห็นและความต้องการเบื้องต้นของกลุ่มประชากร พบว่า เห็นควรอย่างยิ่งที่จะมีผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของมหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครที่มีตราสัญลักษณ์เอกลักษณ์ และรูปแบบเฉพาะที่ไม่เหมือนใคร มีความหมายชัดเจน มีคุณค่าสื่อถึงประวัติความเป็นมาของมหาวิทยาลัยฯ และควรมีบรรจุภัณฑ์เฉพาะไม่ควรจัดจำหน่ายโดยทั่วไป

ด้านความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกงานแฮนด์คราฟท์ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากมากไปน้อย 3 อันดับแรกดังนี้ สินค้าของที่ระลึกมีความสวยงาม สินค้าของที่ระลึกใช้งานได้จริง สินค้างานฝีมือที่มีในปัจจุบันมีให้เลือกซื้อหลากหลายประเภท ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวรัตน์ บุญภิละ และยุทธชัย โคสาดี (2562) ศึกษาเรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุกระดับเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกที่เป็นสินค้าผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น มากที่สุด รองลงมาคือ สินค้าผลิตภัณฑ์มีการผลิตที่มีคุณภาพ มีความทนทาน ไม่เสียหาย กับสินค้าผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย ทั้งรูปแบบ สีลวดลาย ขนาด ลำดับต่อมาคือ สินค้าผลิตภัณฑ์ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ และไม่แพงเกินไป ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกน้อยที่สุด คือ สินค้าผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก ได้รับมาตรฐาน 3-4 ดาว ของฝากและของที่ระลึก

นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ที่สูงที่สุด รองลงมาคือด้านราคาให้เห็นถึงความสำคัญของคุณภาพสินค้า และสอดคล้องกับ กิตติยา ศิริวงศ์ และคณะ (2564) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยจูงใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึก บ้านผาหม่อง ตำบลห้วยส้ม อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญในความมีเอกลักษณ์ความเป็นท้องถิ่น เป็นอันดับหนึ่ง ด้านสถานที่จัดจำหน่าย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญในความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นอันดับหนึ่ง ด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญในการมีสินค้าตัวอย่างให้เลือกดูเป็นอันดับหนึ่ง ด้านราคา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญในการมีคุณภาพคุ้มค่ากับราคาเป็นอันดับหนึ่ง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริชนก อินทะสุวรรณ และอรณิชา สาครินทร์ (2562) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวในเขตย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลาพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์จากผลการวิจัยเลือกซื้อจากความสวยงามของรูปแบบผลิตภัณฑ์และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในระดับที่มากที่สุด ออกแบบให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย สินค้าที่มีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น

จากผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 แนวทางพัฒนาของที่ระลึกประเภทแฮนด์คราฟต์จากการเก็บแบบสอบถามผู้วิจัยได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจจากข้อเสนอแนะในด้านความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกงานแฮนด์คราฟต์ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยที่มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์และของที่ระลึกในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้ อันดับแรก สะท้อนแหล่งที่มาของที่ระลึกได้ชัดเจน ใช้งานได้ง่ายไม่ยุ่งยาก งานที่สร้างขึ้นมาสสำหรับใช้งานมีความปลอดภัยสำหรับผู้สูงอายุ วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พัฒนาให้สินค้ามีความสวยงามชิ้นงานต้องดูดี ซึ่งสอดคล้องกับ กำธร แจ่มจำรัส และคณะ (2565) ศึกษาเรื่องการยกระดับและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก ของแหล่งท่องเที่ยวสามฝั่งแสนวิถีชีวิตเมืองกรุงเก่าจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าการศึกษาพฤติกรรมการซื้อของฝากของที่ระลึกของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ ด้านคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ ด้านการสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และด้านคุณค่าศิลปะและความงาม ซึ่งสอดคล้องกับ วุฒิชัย วิภาทานัง (2559) ศึกษาเรื่องการศึกษาและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมงานจักสานประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของตกแต่งและเครื่องเรือนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับความพึงพอใจของผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมงานจักสาน ด้านรูปแบบด้านประโยชน์ใช้สอย ด้านความสวยงาม ด้านความคงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรม เรียงตามลำดับ นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยมีความเห็นต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกงานแฮนด์คราฟต์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเรียงจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ของที่ระลึกใช้ประดับตกแต่งมีความสวยงาม ของที่ระลึกใช้งานได้จริง งานฝีมือที่มีในปัจจุบันมีให้เลือกซื้อหลากหลายประเภท ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตมา เสือทอง และจิตสรา ศิริณัณ (2564) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัด

ระนอง พบว่า ผลสัมฤทธิ์ควรสอดคล้องกับความสนใจของผู้บริโภคเน้นความสวยงาม คุณภาพดี มีเอกลักษณ์

6. องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย และจากแบบสอบถาม ผู้สูงอายุชาวไทยเพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาของที่ระลึกประเภทแอนติกราฟท์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ดังนี้

6.1 การออกแบบของที่ระลึกต้องแสดงถึงการสื่อความหมายที่เน้นและมีอัตลักษณ์ กลิ่นอายความเป็นท้องถิ่นนั้น ๆ

6.2 การออกแบบของที่ระลึกทำให้เกิดประสบการณ์ที่น่าจดจำต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่นั่น ๆ

6.3 ของที่ระลึกซึ่งมักจะซื้อนั้นจะนำมาตั้งโชว์เพียงอย่างเดียวแต่สิ่งที่สำคัญที่ผู้ผลิตของที่ระลึกประเภทแอนติกราฟท์คือต้องสามารถใช้งานได้จริงบนฐานของวัฒนธรรมท้องถิ่น

6.4 การส่งมอบประสบการณ์ของที่ระลึกประเภทแอนติกราฟท์ท้องถิ่น ที่ยังคงมี รากเหง้าและสืบสานมาจากค่านิยมและหลักศาสนาท้องถิ่นอย่างชัดเจน

7. สรุป

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาของที่ระลึกประเภทแอนติกราฟท์ สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จากการศึกษาพบว่า ผลการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทย ได้สำรวจถึงความสำคัญของแนวทางการออกแบบของที่ระลึกที่ต้องเน้นความเป็นรากเหง้าวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ต้องสร้างประสบการณ์ความทรงจำที่ดีและสามารถนำไปใช้งานได้จริง เกิดประสบการณ์ในภาคภูมิในการซื้อของที่ระลึกประเภทแอนติกราฟท์และเชื่อมโยงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการผลิตทางวัฒนธรรมมาใช้เสริมกับนวัตกรรมคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ในการดึงดูดในครั้ง

8. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้การศึกษาค้นคว้ามีความคาดหวังว่า ผลการศึกษาจะสามารถนำมาเป็นแนวทางในการยกระดับของที่ระลึกงานแอนติกราฟท์ใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งผู้ประกอบการที่มีความสนใจในการยกระดับของที่ระลึกงานแอนติกราฟท์ในอนาคตได้

8.1 ควรนำผลการศึกษาประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุชาวไทยใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มาเลือกซื้อของที่ระลึกงานแอนติกราฟท์ที่มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเลือกซื้อของที่ระลึกเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมคุณภาพในอนาคตได้

8.2 ควรนำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากผู้สูงอายุที่เลือกซื้อของที่ระลึก โดยมีปัจจัยเลือกซื้อของที่ระลึกประเภทงานแอนติกราฟท์ว่ามีปัจจัยใดบ้างสามารถนำมา

พัฒนาเพื่อสร้างเป็นแนวทางในการส่งเสริมคุณภาพผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกงานแฮนด์คราฟท์ใน
จังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไป

8.3 ควรมีการขยายพื้นที่ในการทำวิจัยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเพื่อเตรียมความ
พร้อมของที่ระลึกงานแฮนด์คราฟท์ในทุกพื้นที่ในอนาคตต่อไป

9. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ประกอบการและ
นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุทุกท่านที่ให้การสนับสนุนข้อมูลที่เป็นประโยชน์และขอบคุณคณะ
ศิลปศาสตร์ สาขาวิชาการโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ที่อนุเคราะห์
สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำวิจัยจนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

10. เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566, 23 มกราคม). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ
รายจังหวัด ปี 2566 (Domestic Tourism Statistics Classify by region and
province 2023)*. Ministry of Tourism & Sports.

<https://mots.go.th/news/category/657>

กำธร แจ่มจำรัส, นันทนีย์ เอ็บอิม, ญาณิศา เปื่อนพะ และฤดี เสริมชยุต. (2565). การ
ยกระดับและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกของแหล่งท่องเที่ยวสัมผัสเสน่ห์
วิถีชีวิตเมืองกรุงเก่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารศิลปการจัดการ*, 6(3), 1585-
1603.

กิตติยา ศิริวงศ์, วรณวิสา ไพศรี และอรจิต ชัชวาลย์. (2564). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยจูง
ใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก บ้านผาซ้อง ตำบลห้วยส้ม อำเภอกู
กระดิง จังหวัดเลย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 9(2), 69-85.

จิตติมา เสือทอง และจิตสรา ศิริณภัก. (2564). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกราฟิก
สำหรับสินค้าของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง. *วารสารดีไซน์เอนคโค*, 2(2), 46-
53.

ชัชวาลย์ รัตนพันธุ์. (2561). การนำศิลปวัฒนธรรมภาคใต้มาสร้างแนวความคิดในการออกแบบ
ของที่ระลึก. *สารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์*, 18(1), 119-136.

ณัฐธินิภรณ์ ปิงแก้ว, ชมพูนุช จิตติถาวร, ขวลิย์ ณ ถลาง และกาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์.
(2563). พฤติกรรม ประสพการณ์ และความต้องการของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่
เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14(3), 51-
77.

นวรรตน์ บุญภิละ และยุทธชัย โคสาดี. (2562). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทุกประเภท
เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกรณี : บ้านหนองลาด ตำบลถ่อนนาฉับ อำเภอบ้านดุง
จังหวัดอุดรธานี. *วารสารมหาวิทยาลัยวิชาการ*, 6(ฉบับพิเศษ), 51-65.

- เบญจพร เชื้อผึ้ง, ญัฐพล ประดิษฐ์ผลเลิศ, รัชต์ วรณสุขะศิริ และสันติธร ภูริภักดี. (2561). แนวทางการจัดการการบริการของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุชาวไทย ที่มาพักแรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารสารสนเทศ*, 17(2), 71-84.
- ปาริชาติ รัตนพล. (2555). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร*, 7(1), 1-9.
- พินิต ต้นศิริ และพรนภา ศรีแก้ว. (2564). เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 23(1), 285-294.
- วุฒิชัย วิภาทานัง. (2559). การศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมงานจักสาน ประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของตกแต่งและเครื่องเรือน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 11(3), 107-119.
- สำนักงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2566). รายงานสถิติจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พ.ศ. 2566. Anyflip. <https://anyflip.com/cikge/rrgb>
- สิริชนก อินทะสุวรรณ และอรณิชา สาครินทร์. (2562). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของที่ระลึก ของนักท่องเที่ยวในเขตย่านเมืองเก่า จังหวัดสงขลา. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ*, 1(2), 79-86.
- Littrell, M. A., Baizerman, S., Kean, R., Gahring, S., Niemeyer, S., Reilly, R., & Stout, J. A. (1994). Souvenirs and Tourism Styles. *Journal of Tourism Research*. 33(1), 3-11.
- Mudtayomburut, W. (2011). *Development of tourism route for aging tourists case study the Electricity Generating Authority of Lamphang Province*. University of Phayao.