



รายงานฉบับสมบูรณ์

การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการ
ท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง
Connection Identity of Space to Community Product Design for
Geopark, Satun Province

โดย นางสาวอมรรัตน์ บุญสว่าง และคณะ
เดือน เมษายน ปี พ.ศ. 2563

สัญญาเลขที่ RDG62T0110

รายงานฉบับสมบูรณ์

การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับ
การท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง
Connection Identity of Space to Community Product Design for
Geopark, Satun Province

คณะผู้วิจัย		สังกัด
1.	นางสาวอมรรัตน์ บุญสว่าง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
2.	นายทวีสินธุ์ ตั้งแข่ง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
3.	นางสาวจงกล บัวแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
4.	นายโชติพงษ์ บุญฤทธิ์	มหาวิทยาลัยทักษิณ

ชุดโครงการ “การพัฒนาอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม” ปีงบประมาณ 2562

สนับสนุนโดย สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
(ความเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นของผู้วิจัย สกสว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

ชื่อโครงการ

(ภาษาไทย) การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

(ภาษาอังกฤษ) Connection Identity of Space to Community Product Design for Geopark, Satun Province

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง
3. เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

ที่มาของการวิจัย

พื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลมีร่องรอยประวัติศาสตร์การกำเนิดสรรพชีวิตบนพื้นแผ่นดินโลก เพราะหินที่ยังบันทึกมีหลักฐานโลกใต้ทะเลเมื่อ 500 ล้านปีก่อน ซึ่งอุดมไปด้วยสิ่งมีชีวิตยุคเก่าที่เป็นตัวสร้างออกซิเจนให้กับโลกในช่วงเวลานั้น ต่อมาเกิดการยกตัวของเปลือกโลกก่อเกิดเป็นเทือกเขา และถ้ำ ซึ่งได้กลายเป็นบ้านหลังแรกของมนุษย์โบราณ ปัจจุบันผู้คนก็ยังดำรงชีวิตโดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของแผ่นดินนี้อยู่ และก่อเกิดเป็นวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์ ภูมิประเทศและธรรมชาติของอุทยานธรณีสตูล ก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแนวผจญภัย เช่น ล่องแก่ง ดำน้ำ เทียวถ้ำ การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจที่น้ำตก ชายหาด รวมถึงเลือกซื้อของฝาก ผลิตภัณฑ์ชุมชน และสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย ดังนั้นในปัจจุบันจึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง ทั้งชาวไทยและต่างชาติซึ่งการเดินทางมาส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลนั้นส่วนใหญ่มักจะต้องการศึกษาเรียนรู้และสร้างประสบการณ์จากพื้นที่อุทยานธรณีและร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับการเรียนรู้และประสบการณ์ด้านธรณีวิทยา ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านวัฒนธรรมประเพณีที่สอดคล้องและมีสัมพันธ์กันอย่างลงตัวบนพื้นที่ดังกล่าว

เมื่อพิจารณาลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสตูล พบว่า ในปี พ.ศ.2559 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาในจังหวัดสตูล จำนวน 213,106 คน แยกออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 180,851 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 32,255 คน 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 2 -3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.00 มีรูปแบบการเดินทางเป็นการจัดการเดินทางเอง คิดเป็นร้อยละ 74.75 และผ่านบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ

25.25 มีวัตถุดิบประสงคในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 5.75นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูล ส่วนใหญ่มีวัตถุดิบประสงคในการซื้อของที่ระลึกเพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 58.00 มีแหล่งข้อมูลในการซื้อของที่ระลึกจากคำบอกเล่าจากญาติ/ เพื่อนและคนใกล้ชิด 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 (ซาฟุเราะห์ สาเฮาะ และคณะ. 2559)

จากการศึกษาข้อมูลของเว็บไซต์ satun-geopark พบว่า ผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ที่มีการแนะนำประกอบด้วย 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มฉิมเมล่อน Chim melon สตูลจีโอพาร์ค, กลุ่มป็นหยาบาดิก, กลุ่มหม้อข้าวหม้อแกงลิง และกลุ่มต้นคลุ้มจ๊กสาน โดยยังไม่มี การส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว ยังไม่มีการเชื่อมโยงอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล ได้อย่างชัดเจน ราคาขายที่ค่อนข้างสูงไม่สอดคล้องกับค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก (คน/วัน) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ตลอดจนไม่อำนวยความสะดวกต่อการพกพาหรือการขนส่งในระหว่างเดินทางของนักท่องเที่ยว ดังนั้นในการวิจัยเรื่องการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง ในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการพัฒนาและนำเสนอกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเพิ่มเติมให้เป็นทางเลือกแก่การเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อหาศักยภาพของกลุ่มหัตถกรรมชุมชนที่สามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่ ด้วย 3 ประเด็นคือ การใช้ทรัพยากร (วัตถุดิบ) ที่มีเฉพาะในท้องถิ่น การใช้วัฒนธรรมประจำถิ่น และการใช้ภูมิปัญญาเฉพาะพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มเค้กจำปาตะ กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม กลุ่มผลิตภัณฑ์บาดิก และกลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงอัตลักษณ์พื้นที่และสอดคล้องกับพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ชัดเจนได้ด้านการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยงต่อไป

การดำเนินงานและผลงานที่ได้รับจากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัย หน่วยงานของรัฐและเอกชน ชุมชน นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มหัตถกรรมชุมชนเพื่อค้นหาอัตลักษณ์ที่สำคัญของจังหวัดและพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล มาใช้สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลพบว่า

1. อัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่ใกล้เคียงสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านอัตลักษณ์กลุ่มเป้าหมาย (ประกอบด้วย เพศ อายุ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง รูปแบบที่พักอาศัย ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อของที่ระลึก อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ) 2) ด้านอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ (ประกอบด้วย กลุ่มหมู่เกาะ ได้แก่ เกาะไข่ เกาะหินงาม เกาะเขาใหญ่ กลุ่มภูเขา ได้แก่ ถ้ำเลสโตโกดอล ถ้ำภูผาเพชร และกลุ่มวิถีชีวิต ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ พืชพื้นถิ่น สถาปัตยกรรม ศาสนสถาน อาหาร คำขวัญประจำจังหวัด) และด้านอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (ประกอบด้วย กลุ่มเค้กจำปาตะ กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม กลุ่มผลิตภัณฑ์บาดิก และกลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย)

2. ศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ผลิตภัณฑ์อาหาร ประกอบด้วย กลุ่มเค้กจำปาตะ และ

ผลิตภัณฑ์ของใช้ ประกอบด้วย กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก และกลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย

3. ผลการประเมินด้านผลิตภัณฑ์และการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง พบว่า กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.52) รองลงมาคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.59) กลุ่มจักสานต้นคลุ้ม มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.48) กลุ่มกะลามะพร้าว มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.53) และ กลุ่มเค็กจำปาตะ มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 0.69) ตามลำดับ

การนำผลงานวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล สำหรับผู้ประกอบการในการสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

2. ผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นตัวอย่างในการจัดการเรียนการสอนด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และเป็นแนวทางสำหรับนักศึกษาในการออกแบบและดำเนินการวิจัยเชิงพื้นที่ โดยชุมชนเป็นฐานในการเรียนรู้

ผลงานวิจัย/ผลผลิต สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรมอื่นๆ ที่ได้จากการทำวิจัย

ได้ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล จำนวน 5 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มเค็กจำปาตะ ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ขนมหม้อแกงจำปาตะ ขนมไข่จำปาตะ และขนมโรตีกาพายจำปาตะ นอกจากนี้ได้แบบจำลองบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวด้วย

2. กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่รองแก้วรูปทรงว่าวควาย โคมไฟรูปทรงหิ้งงอกหินย้อย และถาดเอนกประสงค์รูปทรงประสาทหินพันยอด

3. กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์หมวก กระเป๋าสะพาย และที่ใส่แก้วน้ำ

4. กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ว่าวควายวางตกแต่ง ว่าวควายกรอบรูป และควายตกแต่งผนังขนาด

5. กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 3 ชุด แต่ละชุดประกอบด้วย ชุดคลุมยาว เสื้อเดรส หมวก และผ้าพันคอ โดยชุดที่ 1 นำเสนอลวดลายวิถีชีวิตสถาปัตยกรรมวัฒนธรรมมุสลิม ชุดที่ 2 นำเสนอลวดลายวิถีชีวิต พหุวัฒนธรรม วัด ศาลเจ้า มัสยิด ชุดที่ 3 นำเสนอลวดลายหมู่เกาะและวิถีชีวิต ในส่วนของการขึ้นต้นแบบด้วยเทคนิคการทำผ้าบาติก ผู้ประกอบการกลุ่มผ้าบาติกเลือกแบบที่มีลวดลายรูปทรงเรขาคณิตตามต้นแบบชุดที่ 1 ลวดลายสถาปัตยกรรม วัฒนธรรมมุสลิม เพื่อทดลองด้วยเทคนิคการทำผ้าของกลุ่ม และใช้สีดินย้อมเป็นสีพื้นจากนั้นจึงใช้บล็อกไม้พิมพ์ลาย

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการทำวิจัย

การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ต้องใช้ระยะเวลาดำเนินการมากกว่าที่กำหนดไว้เนื่องจากผู้ประกอบการขาดอุปกรณ์ที่ช่วยให้ชิ้นงานมีความละเอียดประณีต

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1. ในกระบวนการผลิตชิ้นงานต้นแบบ จำเป็นต้องมีอุปกรณ์ที่พร้อมและเพียงพอในการพัฒนาชิ้นงาน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสำรวจหรือสนับสนุนเครื่องมือในการผลิตตลอดจนการอบรมฝีมือเพื่อให้ทักษะงานช่างของกลุ่มหัตถกรรมมีความละเอียดประณีตมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลผ่านผลงานออกแบบได้ดีมากยิ่งขึ้น

2. การตลาดมีความสำคัญยิ่งกับการผลิตภัณฑ์ ดังนั้นควรมีหน่วยงานที่สนับสนุนการตลาดทั้งด้านความรู้ การปฏิบัติการจริง ๆ และตลาดสำหรับผู้ประกอบการ เพื่อเป็นการเพิ่มประสบการณ์หรือช่องทางให้กับผู้ประกอบการ อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลผ่านผลิตภัณฑ์ได้อีกช่องทางหนึ่งด้วย

คณะผู้วิจัย

- 1) หัวหน้าโครงการ (ภาษาไทย) นางสาวอมรรัตน์ บุญสว่าง
(ภาษาอังกฤษ) Miss.Amornrat Boonsawang
หน่วยงาน คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ต.เขารูปช้าง อ.เมือง
จ.สงขลา 90000 โทรศัพท์มือถือ 0848552752
E-mail: penn2424@hotmail.com
- 2) ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 1
(ภาษาไทย) ดร.ทวีสินธุ์ ตั้งแข็ง
(ภาษาอังกฤษ) Taweelin Tungseeng, Ph.D.
หน่วยงาน วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ต.เขารูปช้าง อ.เมือง
จ.สงขลา 90000 โทรศัพท์มือถือ 083-5683378
E-mail : taweelin.skru@gmail.com
- 3) ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 2
(ภาษาไทย) ดร.จงกล บัวแก้ว
(ภาษาอังกฤษ) Jongkon Buakaew, Ph.D.
หน่วยงาน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
สถานที่ติดต่อ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ต.เขารูปช้าง อ.เมือง
จ.สงขลา 90000 โทรศัพท์มือถือ 086-9658314
E-mail: jongkon.bu@skru.ac.th
- 4) ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 3
(ภาษาไทย) นายโชติพงษ์ บุญฤทธิ์
(ภาษาอังกฤษ) Mr.Chotipong Bunyarit
หน่วยงาน คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

สถานที่ติดต่อ ต.เขารูปช้าง อ.เมือง จ.สงขลา 90000

โทรศัพท์มือถือ 089-6779213

E-mail createsouth@gmail.com

ทุนสนับสนุน

ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)
ประจำปีงบประมาณ 2562

บทคัดย่อภาษาไทย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่ใกล้เคียง 2) เพื่อศึกษาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง และ 3) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง โดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเริ่มจากการสนทนากลุ่มกับตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตัวแทนร้านขายของฝากของที่ระลึก ตัวแทนนักท่องเที่ยว และกลุ่มผลิตภัณฑ์ในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล จากนั้นร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์กับกลุ่มผลิตภัณฑ์เค้กจำปาตะ กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก และกลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย แล้วประเมินความพึงพอใจโดยนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก แบบบันทึกข้อมูลพื้นฐานผู้ประกอบการ แบบประเมินสิทธิภาพของที่ระลึก และแบบประเมินความพึงพอใจของที่ระลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า

1. อัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่ใกล้เคียงสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านอัตลักษณ์กลุ่มเป้าหมาย (ประกอบด้วย เพศ อายุ กิจกรรมการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง รูปแบบที่พักอาศัย ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อของที่ระลึก อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ) 2) ด้านอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ (ประกอบด้วย กลุ่มหมู่เกาะ ได้แก่ เกาะไข่ เกาะหินงาม เกาะเขาใหญ่ กลุ่มภูเขา ได้แก่ ถ้ำเลสโตโกดอล ถ้ำภูผาเพชร และกลุ่มวิถีชีวิต ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ พืชพื้นถิ่น สถาปัตยกรรม ศาสนสถาน อาหาร คำขวัญประจำจังหวัด) และด้านอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (ประกอบด้วย กลุ่มเค้กจำปาตะ กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก และกลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย)

2. ศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ผลิตภัณฑ์อาหาร ประกอบด้วย กลุ่มเค้กจำปาตะ และผลิตภัณฑ์ของใช้ ประกอบด้วย กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก และกลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย

3. ผลการประเมินด้านผลิตภัณฑ์และการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง พบว่า กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.52) รองลงมาคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.26, S.D. = 0.59) กลุ่มจักสานต้นคลุ้ม มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20, S.D. = 0.48) กลุ่มกะลามะพร้าว มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.17, S.D. = 0.53) และ กลุ่มเค้กจำปาตะ มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 0.69) ตามลำดับ

Abstract

This research aims to 1) study the identity of Satun Geopark and nearby areas. 2) to study the potential of community craft groups in Satun Geopark and nearby areas. 3) to design community products for Satun Geopark and nearby areas by using the participatory research process. The method started with group discussions with representatives of government and private agencies, souvenir shop representatives, tourist agent, and product groups in the Satun Geopark, after that, co-developed the product with the Champedak Cake Group, Coconut Shell Product Group, Wickerwork of Klum-Klaa Plant Product Group, Batik Product Group, and the invention group of buffalo kites, then assess the satisfaction of the tourists.

The research instruments used in the research include of interview form about Identity of the Global Geopark, record form of entrepreneurs basic information, souvenir evaluation form, and the gift satisfaction. Data were analyzed by using mean analysis, standard deviation, and qualitative data analysis. The findings showed that

1. Identity of Satun Geopark and nearby areas for product development, consisting of 3 aspects which are 1) Identity, target group (consisting of gender, age, tourism activities, travel styles, accommodation types, the cost of buying souvenirs, and influence in the purchase decision) 2) Spatial identity consisting of i) the archipelago group, for example Khai Island, Hin Ngam Island, Khao Yai Island, ii) mountain group such as Lestegodol Cave, Phu Pha Phet Cave and iii) lifestyle groups such as ethnic groups, local plants, architecture, places of worship, and provincial slogans) and 3) Product identity (consisting of the Champedak Cake Group, Coconut Shell Product Group, Wickerwork of Klum-Klaa Plant Product Group, Batik Product Group, and the invention group of buffalo kites)

2. Potential of community handicraft groups in the vicinity of Satun Geopark and the area linked to product development can be divided into 2 categories which are food products consisting of Champedak cake group, wares and utensils include Coconut Shell products, Wickerwork of Klum-Klaa Plant Product Group, Batik products, and the invention group of buffalo kites.

3. Product and marketing assessment results for community products for Satun Geopark and the linked areas found that the Buffalo Kite Group were suitable at a high level ($\bar{X} = 4.28$, $SD = 0.52$), followed by Batik products is suitable at a high level ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.59$), Wickerwork of Klum-Klaa Plant Product Group is suitable at a high level ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.48$), Coconut Shell Group was suitable at a high level ($\bar{X} = 4.17$, $SD = 0.53$), and Champedak Cake Group is suitable at a high level ($\bar{X} = 4.10$, $SD = 0.69$) respectively.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ซ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	7
1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
2 การทบทวนวรรณกรรม.....	9
2.1 อุทยานธรณีสตูล (Satun Geopark).....	10
2.2 วิถีชีวิตของชาวสตูล.....	15
2.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว.....	29
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	38
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	43
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	44
วิธีดำเนินการวิจัย.....	44
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	46
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	47
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	47

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	48
4.1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง.....	50
4.2 ผลการพัฒนาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง.....	77
4.3 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง.....	90
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	116
5.1 สรุปผล.....	117
5.2 อภิปรายผล.....	123
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	125
บรรณานุกรม.....	126
ภาคผนวก	128
ภาคผนวก ก	129

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์.....	58
4.2 แสดงผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์สถาปัตยกรรมท้องถิ่น.....	59
4.3 แสดงผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ศาสนสถาน.....	60
4.4 แสดงผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์อาหาร.....	61
4.5 แสดงผลการวิเคราะห์สัญลักษณ์ประจำจังหวัด.....	61
4.6 อัตลักษณ์เชิงพื้นที่กลุ่มหมู่เกาะ.....	70
4.7 อัตลักษณ์เชิงพื้นที่กลุ่มภูเขา.....	72
4.8 อัตลักษณ์เชิงพื้นที่กลุ่มวิถีชีวิต.....	74
4.9 การจัดลำดับทางเลือกของอัตลักษณ์.....	76
4.10 ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มเค้กจำปาตะขูโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	85
4.11 ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	86
4.12 ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มจักสานต้นคลุ้มโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	87
4.13 ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าบาติกโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	88
4.14 ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควายโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	89
4.15 ผลการทดสอบปริมาณจุลินทรีย์ในผลิตภัณฑ์โรตีกาปาย.....	98
4.16 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม (มผช.188/2546).....	99
4.17 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ว่าวไทย (มผช.429/2547).....	100
4.18 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว (มผช.8/2546).....	101
4.19 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก (มผช.51/2552).....	102
4.20 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเค้กจำปาตะขู.....	104
4.21 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกะลามะพร้าว.....	106
4.22 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต้นคลุ้ม.....	108
4.23 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าบาติก.....	110
4.24 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มว่าวควาย.....	112
4.25 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ลวดลายฟอสซิลสำหรับงานบาติก.....	114

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ตราสัญลักษณ์อุทยานธรณีสตูล.....	3
1.2 อาณาเขตพื้นที่อุทยานธรณีสตูล.....	3
1.3 พิพิธภัณฑสถานธรณีสตูล.....	4
1.4 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย.....	8
2.1 ปราสาทหินพันยอด.....	12
2.2 รูปปั้นช้างโบราณสเตโกดอน.....	12
2.3 เขตข้ามกาลเวลาเขาโต๊ะหยง.....	13
2.4 ปะการังเจ็ดสีบริเวณร่องน้ำจาบัง.....	13
2.5 หาดสนหลังมังกร ต้นหยงโป ‘ทะเลแหวก’.....	14
2.6 ถ้ำภูผาเพชร.....	14
2.7 กลุ่มชาติพันธุ์นิกริโต หรือ เงะเซม้ง หรือ มานี.....	16
2.8 เงะครอบครัวหนึ่งร่อนเร่ในป่าจังหวัดสตูล.....	16
2.9 คนเชื้อสายไทยอำเภอกว๊านนารัง รัฐเกดะห์.....	17
2.10 ภาพแผนที่สยามโบราณวาดโดยชาวฝรั่งเศส สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช.....	19
2.11 ชาวบาตักเกาะสุมาตรา อินโดนีเซีย.....	20
2.12 หญิงชาวเลเกาะหลีเป๊ะเลี้ยงลูก.....	21
2.13 บ้านเรือนมุสลิมโบราณ ตำบลบ้านควน อำเภอเมืองสตูล.....	22
2.14 สถาปัตยกรรมแบบชิโน – ปอร์จูกีส ต้นกำเนิดเมืองมะละกา.....	22
2.15 อาคารชิโน – ปอร์จูกีส สมบูรณ์แบบที่ปั้ง.....	23
2.16 คลุหาสน์กูเด็นหลังที่สองเมืองสตูล.....	24
2.17 จำปาตะและโคระหรือโคร์.....	27
2.18 โรตีกาพาย.....	27
2.19 ขนมบุหงาบูตะ.....	27
2.20 ดอกกาหลง.....	28
2.21 กล้วยไม้ร่อนเท้านารีชาวสตูล.....	29
2.22 ขนมจากร้าน “คิมระยะ” ที่มีรูปร่างขนม ทำเป็นรูปเจดีย์ห้าชั้น, เทพเจ้าแห่งสายฟ้า, นักพิราบ หรือรูปทรงต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวเนื่องกับเมืองอาซากุสะ.....	31
2.23 ผ้าตีนจกแม่แจ่ม.....	34

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.24 สัมไอควนล้ง.....	34
2.25 บรรจุภัณฑ์ออกแบบโดยนลินี ทองแท้.....	35
2.26 ผลงานออกแบบโดยพัชรารัตน์ ไทยอาจ.....	38
4.1 ซากฟอสซิลที่พบเจอในจังหวัดสตูล.....	51
4.2 เกาะไข่.....	52
4.3 เกาะหินงาม.....	53
4.4 เกาะเขาใหญ่ (ปราสาทหินพันยอด).....	53
4.5 ถ้ำเลสเดโกดอล และซ้างสเดโกดอล.....	55
4.6 ถ้ำภูผาเพชร.....	55
4.7 อาณาเขตพื้นที่อุทยานธรณีสตูล.....	57
4.8 จำปาตะและโครหรือโคร.....	61
4.9 ศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	65
4.10 เกณฑ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล	65
4.11 การถอดแบบอัตลักษณ์จากพื้นที่อำเภอเมือง (เพิ่มเติมในภาคผนวก).....	66
4.12 การถอดแบบอัตลักษณ์จากพื้นที่อำเภอทุ่งหว้า (เพิ่มเติมในภาคผนวก).....	67
4.13 การถอดแบบอัตลักษณ์จากพื้นที่อำเภอละงู (เพิ่มเติมในภาคผนวก).....	68
4.14 การถอดแบบอัตลักษณ์จากพื้นที่อำเภอมะนัง (เพิ่มเติมในภาคผนวก).....	69
4.15 การวิเคราะห์อัตลักษณ์ท้องถิ่นด้วยการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น.....	76
4.16 การถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มเค็กจำปาตะ.....	77
4.17 การถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว.....	77
4.18 การถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม.....	78
4.19 การถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก.....	78
4.20 การถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย.....	78
4.21 การถ่ายทอดองค์ความรู้สำหรับประชาชนทั่วไป.....	78
4.22 ทดลองขึ้นรูปแบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มเค็กจำปาตะ.....	79
4.23 แบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มเค็กจำปาตะ.....	80
4.24 การระดมความคิดเห็นออกแบบแบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว.....	80
4.25 แบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว.....	81
4.26 การระดมความคิดเห็นออกแบบร่างผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม.....	81

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.27 แบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม.....	82
4.28 การระดมความคิดเห็นนอกแบบร่างผลิตภัณฑ์บาติก.....	82
4.29 แบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก.....	83
4.30 การระดมความคิดเห็นนอกแบบแบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย.....	84
4.31 แบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย.....	84
4.32 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มเค้กจำปาตะ.....	90
4.33 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว.....	90
4.34 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม.....	91
4.35 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย.....	91
4.36 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก ชุดที่ 1.....	91
4.37 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก ชุดที่ 2.....	92
4.38 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก ชุดที่ 3.....	92
4.39 ลวดลายสำหรับสิ่งผลิตบล็อกไม้.....	92
4.40 บล็อกไม้.....	93
4.41 การใช้บล็อกไม้พิมพ์ลายผ้า.....	93
4.42 ผลการใช้บล็อกไม้พิมพ์ผ้าบาติกลวดลายสถาปัตยกรรม วัฒนธรรมมุสลิม.....	93
4.43 บรรจุภัณฑ์ขนมโรตีกาพายจำปาตะ.....	94
4.44 บรรจุภัณฑ์ขนมหม้อแกงจำปาตะ.....	95
4.45 บรรจุภัณฑ์ขนมไข่จำปาตะ.....	96
4.46 โรตีกาพายจำปาตะ.....	98
4.47 กระเป๋าจากต้นคลุ้ม.....	99
4.48 ว่าวควายสำหรับวางตกแต่ง.....	100
4.49 ที่รองแก้วจากกะลามะพร้าว.....	101
4.50 ผ้าบาติก.....	102
4.51 แบบร่างลวดลายฟอสซิลสำหรับงานบาติก.....	113
4.52 แบบร่างผลิตภัณฑ์ลวดลายฟอสซิลสำหรับงานบาติก.....	113
4.53 ปูนปั้นนอติลอยด์ (Nautilolid).....	114
4.54 ปูนปั้นแอมโมไนต์ (Ammonite).....	114
4.55 ปูนปั้นแบรคิโอพอด (Brachiopod).....	114

สารบัญรูปภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.56 ปูนปั้นไทรโลไบต์ (Trilobite).....	114
4.57 บล็อกไม้ชุดฟอสซิล.....	115
5.1 บริบทของการศึกษาวัฒนธรรมที่แตกต่าง.....	124

บทที่ 1

บทนำ

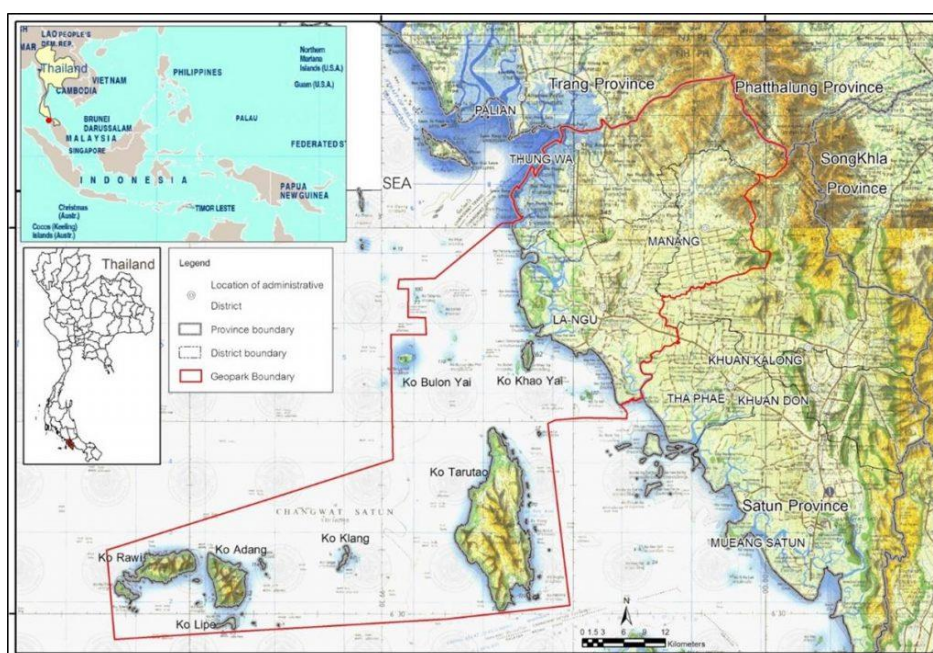
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโลกและเป็นที่ยอมรับกันเกือบทุกประเทศว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้หลักเข้าสู่ประเทศอันดับต้น ๆ อีกทั้งยังมีแนวโน้มในการขยายตัวและเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นอีกในอนาคตตามที่องค์การท่องเที่ยวแห่งประชาชาติ (United World Tourism Organization: UNWTO) ได้พยากรณ์ ในปี พ.ศ.2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวอย่างมหาศาล ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก จากการคาดการณ์ในปี พ.ศ.2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยว 71 ล้านคน เท่ากับจำนวนประชากรของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2563 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) จากการข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ดังนั้นประเทศไทยจึงจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะบุคลากรทางด้านการจัดการโรงแรม ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคตปัจจุบันการท่องเที่ยวทางเลือกจึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และมีแนวโน้มจะได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะมีแนวคิดในการอนุรักษ์วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงสิ่งแวดล้อมสิ่งแวดล้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555) โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดสตูลที่อุดมไปด้วยฟอสซิลยุคก่อนไดโนเสาร์ อายุ 500 ล้านปีครบทุกยุค (มูฮำหมัด ดือราแม, 2555) ซึ่งมีเพียงแห่งเดียวในอาเซียนและนับได้ว่าหายากที่สุด ศักยภาพของพื้นที่จังหวัดสตูลจึงได้รับการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงธรณีขึ้น (วิรัตน์ อิงคภัทรกร, 2558)

จากคุณสมบัติสมบูรณ์เชิงธรณีของจังหวัดสตูลประกอบกับจังหวัดสตูลได้ดำเนินการจัดการพื้นที่ตามแนวทางของกรมทรัพยากรธรณีอย่างต่อเนื่องโดยมีการกำหนดพื้นที่อุทยานธรณีที่ชัดเจนและจัดตั้งหน่วยงานบริหารจัดการ รวมทั้งจัดทำแผนบริหารจัดการและดำเนินการตามแผนที่จัดทำไว้ ส่งผลให้กรมทรัพยากรธรณีโดยได้ประกาศจัดตั้งอุทยานธรณีสตูล (Satun Geopark) อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2557 และได้รับการประกาศเป็นอุทยานธรณีสตูลระดับประเทศในเดือนพฤศจิกายน ปี 2559 จากนั้นคณะดำเนินงานได้ดำเนินการต่อเพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรที่ทรงคุณค่านี้ไว้ โดยการขอเป็นมรดกโลกและด้วยการเด่นชัดในทุกด้านของการดำเนินงานของอุทยานธรณีสตูล ยูเนสโกจึงประกาศเป็นอุทยานธรณีโลกอย่างเป็นทางการในวันที่ 17 เมษายน 2561 ได้รับการ ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 2,597.21 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุม 4 อำเภอของจังหวัดสตูล คืออำเภอทุ่งหว้า อำเภอมะนัง อำเภอละงู และอำเภอเมือง เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นทางธรณีวิทยาระดับสากลและได้รับการบริหารจัดการโดยใช้กรอบแนวคิดการอนุรักษ์ธรณีวิทยา การให้ความรู้ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน อุทยานธรณีโลกสตูลอาศัยมรดกทางธรณี เป็นสื่อกลางเชื่อมโยงมรดกทางธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อสร้างความเข้าใจและความตระหนักถึงคุณค่าความสำคัญของแผ่นดินทั้งนี้ลักษณะภูมิประเทศเป็นเทือกเขาหินปูน มีเกาะน้อยใหญ่ และชายหาดที่สวยงาม นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับธรรมชาติอันบริสุทธิ์ ความรู้มรดกทางประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตผู้คนผูกพันกับพื้นที่



ภาพที่ 1.1 ตราสัญลักษณ์อุทยานธรณีสตูล



ภาพที่ 1.2 อาณาเขตพื้นที่อุทยานธรณีสตูล

ความโดดเด่นประการสำคัญของพื้นที่อุทยานธรณีสตูลนั้นคือร่องรอยประวัติศาสตร์การกำเนิดสรรพชีวิตบนพื้นแผ่นดินโลกเพราะหินที่ยังบันทึกมีหลักฐานโลกได้ทะเลเมื่อ 500 ล้านปีก่อน ซึ่งอุดมไปด้วยสิ่งมีชีวิตยุคเก่าที่เป็นตัวสร้างออกซิเจนให้กับโลกในช่วงเวลานั้น ต่อมาเกิดการยกตัวของเปลือกโลกก่อให้เกิดเป็นเทือกเขา และถ้ำ ซึ่งได้กลายเป็นบ้านหลังแรกของมนุษย์โบราณ ปัจจุบันผู้คนก็ยังดำรงชีวิตโดยใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของแผ่นดินนี้อยู่ และก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์ ภูมิประเทศและธรรมชาติของอุทยานธรณีสตูล ก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวแนวผจญภัย เช่น ล่องแก่ง ดำน้ำ เทียวถ้ำ การท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจที่น้ำตก ชายหาด รวมถึงเลือกซื้อของฝากผลิตภัณฑ์ชุมชน และสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่นที่หลากหลาย ดังนั้นในปัจจุบันจึงได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง ทั้งชาวไทยและต่างชาติซึ่งการเดินทางมาส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานธรณีสตูลนั้นส่วนใหญ่มักจะต้องการศึกษาเรียนรู้และสร้างประสบการณ์จากพื้นที่อุทยานธรณีสตูลและร่วมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ได้รับการเรียนรู้และ

ประสบการณ์ด้านธรณีวิทยา ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านวัฒนธรรมประเพณีที่สอดคล้องและมีสัมพันธ์กันอย่างลงตัวบนพื้นที่ดังกล่าว

โดยมีพิพิธภัณฑ์อุทยานธรณีสตูลเป็นศูนย์ข้อมูลแหล่งอนุรักษ์ทางธรณีวิทยา เป็นศูนย์ให้ข้อมูลทางวิชาการ การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการเรียนรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ การมีส่วนร่วมของเยาวชน และการสร้างความตระหนักของคนในท้องถิ่น ในการหาแนวทางการอนุรักษ์แหล่งทรัพยากรธรณีของจังหวัดสตูล



ภาพที่ 1.3 พิพิธภัณฑ์อุทยานธรณีสตูล

เมื่อพิจารณาลักษณะของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสตูล พบว่า ในปี พ.ศ.2559 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาในจังหวัดสตูล จำนวน 213,106 คน แยกออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 180,851 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 32,255 คน 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 2 -3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 44.00 มีรูปแบบการเดินทางเป็นการจัดการเดินทางเอง คิดเป็นร้อยละ 74.75 และผ่านบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 25.25 มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 5.75 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสตูล ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการซื้อของที่ระลึกเพื่อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 58.00 มีแหล่งข้อมูลในการซื้อของที่ระลึกจากคำบอกเล่าจากญาติ/เพื่อนและคนใกล้ชิด 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 (ชาฟูเราะห์ สาเฮาะ และคณะ. 2559)

นอกจากนี้ยังมีการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับของที่ระลึกในเดือนมกราคม-เดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 นักท่องเที่ยวชาวไทย มีค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก 484.26 บาท (คน/วัน) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก 404.97 บาท (คน/วัน) ผลการสำรวจลักษณะการเดินทางและที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวทั้งหมด พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางโดยรถประจำทาง เข้าพักที่โรงแรมจำนวน 16,625 คน พักที่บังกาโล/รีสอร์ท 104,338 คน พักบ้านญาติ 61,647 คน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางโดยพาหนะส่วนบุคคล เข้าพักที่โรงแรม 78,626 คน พักที่บังกาโล/รีสอร์ท 482,444 คน พักบ้านญาติ 156,403 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางโดยรถประจำทาง เข้าพักที่โรงแรม จำนวน

23,977 คน พักที่บังกาโล/รีสอร์ท 118,719 คน พักบ้านญาติ 62,746 คน นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางโดยพาหนะส่วนบุคคล เข้าพักที่โรงแรม 90,904 คน พักที่บังกาโล/รีสอร์ท 542,658 คน พักบ้านญาติ 161,042 คน (สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2560) โดยมีรายได้ของการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2559 จากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 6,838.7 ล้านบาท จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 721.3 ล้านบาท (สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดสตูล พ.ศ. 2557 - 2559)

เมื่อศึกษาแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนในลักษณะของกลุ่มสินค้าของที่ระลึก พบว่าของที่ระลึกควรแสดงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตผู้คนผูกพันกับพื้นที่ สามารถสะท้อนอัตลักษณ์อันสำคัญของพื้นที่ได้อย่างชัดเจน ได้แก่ 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัตถุดิบที่มีเฉพาะในท้องถิ่นหรือพื้นที่นั้นๆ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัตถุดิบที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Identifications-GI) 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัฒนธรรมประจำถิ่น (Local Culture) 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภูมิปัญญาเฉพาะพื้นที่ 5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ที่นำเสนอสถานที่สำคัญที่เป็นจุดสังเกต (landmark) หรือสถานที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวมาใช้ นอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยวแล้ว การศึกษาตำแหน่งจุดวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ในละแวกของแหล่งท่องเที่ยว หรืออยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยว มีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายเพื่อการนำไปเป็นของฝากหรือของที่ระลึกด้วยเช่นกัน

จากการศึกษาข้อมูลของเว็บไซต์ satun-geopark พบว่า ผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์ที่มีการแนะนำประกอบด้วย 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มฉิมเมล่อน Chim melon สตูลจีโอพาร์ค, กลุ่มป็นหยาบาคิก, กลุ่มหม้อข้าวหม้อแกงลิง และกลุ่มต้นคลุ้มจิกสาน โดยยังไม่มีมีการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว ยังไม่มีการเชื่อมโยงอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล ได้อย่างชัดเจน ราคาขายที่ค่อนข้างสูงไม่สอดคล้องกับค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก (คน/วัน) ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ตลาดจึงไม่อำนวยความสะดวกต่อการพกพาหรือการขนส่งในระหว่างเดินทางของนักท่องเที่ยว ดังนั้นในการวิจัยเรื่องการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง ในครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการพัฒนาและนำเสนอกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเพิ่มเติมให้เป็นทางเลือกแก่การเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเพื่อหาศักยภาพของกลุ่มหัตถกรรมชุมชนที่สามารถแก้ปัญหาเกี่ยวกับการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่ ด้วย 3 ประเด็นคือ การใช้ทรัพยากร (วัตถุดิบ) ที่มีเฉพาะในท้องถิ่น การใช้วัฒนธรรมประจำถิ่น และการใช้ภูมิปัญญาเฉพาะพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มเค็กจำปาตะ กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม กลุ่มผลิตภัณฑ์บาคิก และกลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงอัตลักษณ์พื้นที่และสอดคล้องกับพฤติกรรมเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่งผลให้เกิดการสื่อสารภาพลักษณ์ที่ชัดเจนได้ด้านการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยงต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง
- 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

3) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1) ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ พื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง
 2) ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่ แนวคิด ทฤษฎี การวิจัยและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม การออกแบบของที่ระลึก การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน

3) ขอบเขตด้านงานวิจัย ได้แก่

3.1) ศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ลักษณะของทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมพื้นถิ่นเพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต รูปร่าง-รูปทรงของผลิตภัณฑ์ รูปแบบการใช้งาน ที่สอดคล้องกับกระบวนการผลิตหรือเครื่องมือของกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่เชื่อมโยงได้ ตลอดจนการศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง ในด้านต่างๆ เช่น เพศ อายุ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง รูปแบบที่พักอาศัย ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อของที่ระลึก อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ เป็นต้น

3.2) ศึกษาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อวิเคราะห์และเชื่อมโยงอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลเข้ากับศักยภาพในการสร้างสรรค์และกระบวนการผลิตของที่ระลึก โดยใช้กิจกรรมการประชุมระดมความคิดเห็นร่วมกับกลุ่มหัตถกรรมชุมชน เพื่อออกแบบร่างของที่ระลึก (Idea Sketch) ทดลองขึ้นแบบร่าง (Mock up) วิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบและกระบวนการผลิตร่วมกัน

3.3) ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง ภายหลังจากการวิเคราะห์และสรุปผลแนวทางในการออกแบบและกระบวนการผลิต ด้วยการเขียนแบบภาพเหมือนจริงของผลิตภัณฑ์ (Rendering) สร้างแบบจำลอง (Model) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และด้านการตลาด จำนวน 3 คน ประเมินประสิทธิภาพด้านการออกแบบและการสื่อสารภาพลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง วิเคราะห์ผลและปรับปรุงแบบ

3.4) ตรวจเชื้อเพื่อทดสอบอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อาหาร ณ ห้องปฏิบัติการกลางสาขา สงขลา บริษัท ห้องปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 9/116 ถนนกาญจนวนิชย์ ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110 ประกอบด้วยรายการตรวจเชือดังนี้ Total viable count, salmonella, staphylococcus aureus, Escherichia coli และ Yeast & Mold ตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก (มผช.611/2558) ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว (มผช. 8/2560) ผลิตภัณฑ์จักสานจากต้นคลุ้ม (มผช.188/2556) ผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์จากกระดาษ (มผช. 651/2560)

3.5) ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยการศึกษาประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 367) พ.ศ. 2557 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และฉลาก บรรจุภัณฑ์ ออกแบบร่าง (Sketch Design) ออกแบบพัฒนา (Development Design) ทดสอบการใช้งาน (Mock up) และผลิตต้นแบบ (Prototype)

3.6) ถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบและกระบวนการผลิต โดยการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ สถานประกอบการของแต่ละกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง จำนวน 5 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มเค็กจำปาตะ 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก 5) กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย

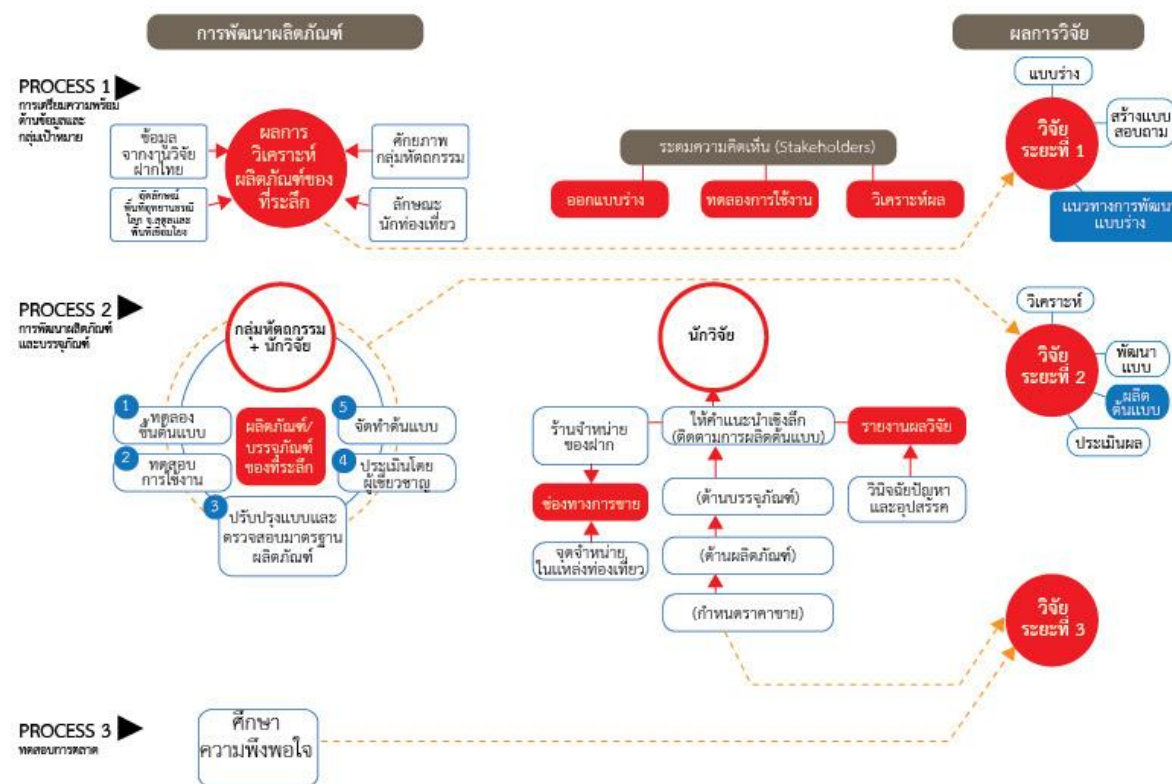
4) ขอบเขตด้านประชากรได้แก่ ประชาชนชาวบ้านในชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในชุมชน ร้านขายของฝากของที่ระลึก รวมทั้งตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

- 1) ได้ของที่ระลึกสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวอุทยานธรณีสตูล
- 2) สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชน
- 3) สร้างอาชีพเสริมซึ่งเป็นแหล่งสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน
- 4) เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนจากกิจกรรมการพัฒนาร่วมกันเพื่อให้เกิดความรักและสามัคคี สร้างงานสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และครัวเรือนใกล้เคียง

1.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการดำเนินงานที่ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติแบบมีส่วนร่วม (PAR) มีกรอบแนวคิดในการดำเนินงานวิจัย ดังภาพที่ 1.4



ภาพที่ 1.4 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย
ที่มา : อมรรัตน์ บุญสว่าง, 2562

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 อุทยานธรณีสตูล (Satun Geopark)

อุทยานธรณีสตูล (Satun Geopark) ผืนดินลึกลับที่บันทึกหลักฐานของโลกใต้ทะเลเมื่อ 500 ล้านปีก่อนอันอุดมไปด้วยสิ่งมีชีวิตยุคเก่าตั้งแต่การระเบิดของแคมเบรียน (Cambrian explosion) ที่สิ่งมีชีวิตเกิดขึ้นอย่างมากมายราวการระเบิดอันยิ่งใหญ่ทางชีวภาพ ด้วยความโดดเด่นทางธรณีวิทยา ความรู้มรดกทางประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตผู้คนที่ถูกพันกับพื้นที่แห่งนี้ สตูลจึงถูกยกระดับให้เป็นอุทยานธรณีโลกของยูเนสโก (UNESCO Global Geoparks) โดยยูเนสโก (UNESCO) ประกาศให้อุทยานธรณีสตูล เป็นอุทยานธรณีโลกแห่งแรกของประเทศไทย ลำดับที่ 36 ของโลก และเป็นแห่งที่ 5 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยอุทยานธรณีสตูลมีการบริหารจัดการจากคนในท้องถิ่นมายาวนานผ่านงานวิจัยที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมทุกกระบวนการจนมีความพร้อมที่จะเป็นโมเดลสำคัญสำหรับการจัดการอุทยานที่น่าศึกษา เป็นการต่อสู้ของคนในพื้นที่เพื่อบ้านเกิดของตัวเอง เป็นแหล่งเรียนรู้และสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งมีลักษณะสำคัญดังนี้

1) โลกเมื่อ 500 ล้านปี แผ่นดินอุทยานธรณีสตูลถูกสร้างขึ้นมาจากอดีตผืนทะเลในยุคแคมเบรียน (Cambrian) ที่อุดมไปด้วยสัตว์ทะเลรูปร่างพิลึกๆ หลายชนิดที่ดำรงชีวิตอยู่บนพื้นทรายใต้ท้องทะเล บางชนิดรูปร่างคล้ายแมงดาทะเลปัจจุบันที่เรียกว่า ‘ไทรโลไบต์’ (Trilobite) ซึ่งมีหลักฐานเป็นซากดึกดำบรรพ์ของพวกมันบริเวณเกาะตะรุเตาและอีกหลายพื้นที่ในสตูล บันทึกสำคัญอีกหน้าของอุทยานธรณีสตูลคือ เมื่อประมาณ 450 ล้านปีก่อน หรือยุคออร์โดวิเซียน (Ordovician) ที่นี่เคยเป็นแหล่งผลิตก๊าซออกซิเจนให้กับโลกโบราณผ่านร่องรอยของกลุ่มสิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในทะเลตื้นที่เรียกว่า ‘สโตรมาโตไลต์’ (Stromatolite) ซึ่งเกิดจากการก่อตัวของสิ่งมีชีวิตขนาดเล็กที่เรียกว่า ‘ไซยาโนแบคทีเรีย’ พิสูจน์จากร่องรอยรูปร่างคล้ายดาวยายในหินปูนบริเวณเขาน้อย อำเภอละงู นอกจากนั้นยังพบซากดึกดำบรรพ์ของสัตว์ทะเลชนิดอื่นๆ อีกจำนวนมาก เช่น นอตลอยด์หรือปลาหมึกโบราณ บ่งบอกความอุดมสมบูรณ์สิ่งแวดล้อมในทะเลในยุคนั้น

2) การเดินทาง หากจะเที่ยวอุทยานธรณีสตูลได้อย่างเต็มที่ต้องใช้เวลา 4-6 วัน เพราะมีอาณาเขตครอบคลุมถึง 2,597 ตารางกิโลเมตร การเดินทางที่สะดวกสบายที่สุด คือเดินทางโดยเครื่องบินจากท่าอากาศยานดอนเมืองหรือสุวรรณภูมิ-สนามบินหาดใหญ่หรือตรัง ใช้เวลา 1 ชั่วโมง จากนั้นเดินทางต่อโดยรถแท็กซี่หรือรถตู้โดยสารภายในสนามบิน เพื่อเดินทางสู่สำนักงานอุทยานธรณีสตูล อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ใช้เวลา 2 ชั่วโมง วางแผนเดินทางอุทยานไป Satun Geopark Information Center ได้ที่ศูนย์ประชาสัมพันธ์อุทยานธรณีสตูลทาง www.satun-geopark.com หรือติดต่อ 062-441-6549

3) เด็กๆ ในจังหวัดสตูลรู้จักโลก 500 ล้านปี อาจารย์สุทธิ สายสุนีย์ ผู้อำนวยการโรงเรียนอนุบาลสตูล ริเริ่มหลักสูตรมัคคุเทศก์น้อยกับงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น โดยได้นำการเรียนรู้ด้วยกระบวนการวิจัย (Research-based learning) ในการเรียนรู้เรื่องใกล้ตัวอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน มาผนวกกับวิชาการอย่างเข้าใจธรรมชาติของเด็ก เด็กสตูลรักเรื่องราวของชีวิต พวกเขามีสายตาอันสดใสเมื่อได้เล่าเรื่องชีวิตโบราณที่ไม่ได้จำกัดอยู่แต่ในห้อง กระบวนการนี้ได้สร้างความรักธรรมชาติโดยไม่ต้องบังคับขู่เข็ญ และเด็กๆ สนุกได้อย่างไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย

4) เงินทองเที่ยวทุกบาทเข้าชุมชน อุทยานธรณีสตูลเป็นการท่องเที่ยวที่ชาวบ้านมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น ในอดีตล้วนมีนายทุนทำทัวร์ที่ตักตวงทรัพยากรจนเสื่อมโทรม รายได้ไม่ถึงชุมชน การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยใช้งานวิจัยท้องถิ่นเข้ามาดำเนินงาน ทำให้ชาวบ้านจังหวัดสตูลมีสถานะเป็นทั้ง ‘นักวิจัยและผู้ประกอบการ’ ในเวลาเดียวกัน ภายใต้การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ชุมชนสามารถจัดการกับทรัพยากรของชุมชนได้ด้วยข้อตกลงที่พวกเขามีส่วนร่วม จะได้เที่ยวแบบสัมผัสชีวิตจริงๆ ได้เห็นวิถีชีวิตประมงพื้นบ้าน ล่องเรือชาวบ้านที่รู้จุดทางธรณีวิทยา พบปะใกล้ชิดชาวเลที่وبرมความรู้มาอย่างดีด้านธรณีวิทยา กินอาหารทะเลสดรสชาติดีอร่อยเหาะที่ได้จากทะเล และสำรวจความลับของชีวิต โดยมีชาวบ้านคอยเอื้อเฟื้อข้อมูล ค่าใช้จ่ายกินเที่ยวเดินทาง มีสายป่านที่ลากถึงชาวบ้านโดยตรง ไม่ไปตกกับนายทุนใหญ่ โดยเพียง 6 เดือนที่ผ่านมามีการใช้จ่ายในพื้นที่อุทยานธรณีสตูลถึง 20 ล้านบาท ทำให้ชาวบ้านไม่ต้องย้ายที่ทำงาน ทำงานอื่นได้พร้อมบริการนักท่องเที่ยว

5) ไปค้นหาความหมายของชีวิตและการตระหนักรู้ มีปัจจัยอะไรบ้างหลอมรวมจนเกิดกระบวนการทางความคิด ซึ่งนอกจากจะช่วยเปิดเผยให้เห็นถึงความละเอียดอ่อนของสิ่งมีชีวิตแล้ว ยังทำให้เห็นว่าธรรมชาติพึ่งพาความตระหนักรู้เพื่อการดำรงอยู่ด้วยเช่นกัน แต่กลับไม่ใช่เรื่องง่ายที่จะหาหลักฐานสิ่งมีชีวิตเมื่อ 500 ล้านปีก่อนเพื่อทดสอบ เพราะฟอสซิลไม่สามารถคงสภาพความคิดใดๆ เอาไว้ได้ มันเสื่อมสลายไปตามเวลา ไม่เหมือนกระดูกที่ค่อนข้างอยู่คงทน สิ่งมีชีวิตโหยหากระบวนการเรียนรู้อย่างไม่จำกัด ไม่ว่าพวกมันจะมีสมองหรือเซลล์ประสาทมากหรือน้อยแค่ไหนก็ตาม การเรียนรู้ที่ซับซ้อนพบได้ในกลุ่มของแมลงและสัตว์พวกกุ้ง-กั้ง-ปู ในฟอสซิลสัตว์ขาปล้อง หรือในมอลลัสกา (Mollusca) ฟอสซิลหนึ่งของสัตว์ไม่มีกระดูกสันหลัง อาทิ หมียักษ์ หอยทาก ที่ยังค้นพบก็ยิ่งเชื่อว่าสัตว์ล้วนมีสติปัญญาที่จะเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ ได้ตลอด ทำให้นักวิจัยพบข้อสันนิษฐานว่า เป็นไปได้ว่าสิ่งมีชีวิตแรกทีตระหนักรู้ (first consciousness being) อาจอยู่บนโลกมานานกว่า 540 ล้านปีมาแล้ว ตั้งแต่การระเบิดของแคมเบรียน (Cambrian explosion) สิ่งมีชีวิตเกิดขึ้นอย่างมากมายราวการระเบิดอันยิ่งใหญ่ทางชีวภาพ การระเบิดในอดีตครั้งนั้นยังส่งผลให้สิ่งมีชีวิตในปัจจุบันสืบรากเหง้ากลับไปนานถึง 540 ล้านปีได้ ไม่แปลกที่การตระหนักรู้ของมนุษย์ที่จัดว่าซับซ้อนและละเอียด ก็มีรากฐานจากการโหยหาการเรียนรู้เหมือนดังสมาชิกในอดีต แต่ก็ยังมีการถกเถียงเรื่องการตระหนักรู้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด และจะเห็นได้ว่า consciousness รอบตัวเราแท้จริงแล้วมีหลายฟอร์ม เหมือนบนถนนที่มีทั้งคนเดินเท้า รถมอเตอร์ไซด์ รถกระบะ รถเก๋ง รถเมล์ ต่างไซส์ต่างขนาด ต่างลีลาในการขับเคลื่อนชีวิต ไม่ว่าเล็กหรือใหญ่ การตระหนักรู้ของชีวิตล้วนมีความหมาย สัตว์แต่ละสายพันธุ์ไม่ใช่ความอ่อนด้อยที่น้อยกว่ามนุษย์

6) ไม่ช้า ไม่ช้าใคร มีสถานที่น่าดึงดูดในอุทยานธรณีสตูลถึง 30 แห่ง ได้แก่

ปราสาทหินพันยอด เขาหินปูนยุคออร์โดวิเซียน (490 ล้านปี) เกิดจากยอดเขาหินปูนถูกละลายด้วยฝนกรด ทำให้เป็นยอดแหลมเหมือนปราสาท ภายในเป็นหลุมยุบมีหาดทรายขนาดเล็กสวยงาม ที่คุณจะต้องพายเรือคายัคลอดเข้าไป



ภาพที่ 2.1 ปราสาทหินพันยอด

ถ้ำเลสโตโกดอน ถ้ำหินปูนที่มีความยาว 3.4 กิโลเมตร เป็นแหล่งพบซากดึกดำบรรพ์สมัยไพลสโตซีน เช่น ช้างโบราณสเตโกดอน แรด กวาง ภายในถ้ำมีหินงอกหินย้อยสวยงามแบบอลังการเหมาะสำหรับผู้รักการผจญภัย เพราะคุณต้องนั่งเรือคายัคอย่างเข้มข้น ค่อยๆ มุดไปได้ถ้ำที่มีมืดมิด แต่ไม่ต้องห่วงมีไกด์ชาวบ้านเจนเส้นทางคอยนำคุณไปตลอดทาง



ภาพที่ 2.2 รูปปั้นช้างโบราณสเตโกดอน

เขตข้ามกาลเวลาเขาโต๊ะหงาย สามารถเดินลัดเลาะก้าวข้ามเขตกาลเวลาผ่านเขาหินซ้อนสองยุค รอยต่อเป็นรอยเลื่อนแสดงอายุประมาณ 490 ล้านปีก่อน โดยชั้นล่างเป็นหินทรายสีแดงยุคแคมเบรียน เหนือระนาบเป็นรอยเลื่อนหินปูนสีเทายุคออร์โดวิเชียน เป็นจุดชมวิวพระอาทิตย์ตกที่สวยงาม



ภาพที่ 2.3 เขตข้ามกาลเวลาเขาโต๊ะหยง

7) จุดเช็คอินใหม่ หลากไฮไลท์น่าเที่ยว

ปะการังเจ็ดสีบริเวณร่องน้ำจาบัง หลงเสน่ห์ ‘ปะการังเจ็ดสี’ กองหินใต้น้ำ บริเวณร่องน้ำจาบังจะเป็นแหล่งปะการังอ่อน ดอกไม้ทะเล และฝูงปลาสีสันสวยงาม ที่ระดับน้ำลึกราว 15–20 ฟุต เหมาะแก่การดำน้ำตื้น และสามารถดำน้ำลึกได้อีกด้วย ในช่วงปิดฤดูกาลท่องเที่ยวปะการังเจ็ดสีจะพักผ่อนตัว จึงทำให้ยังคงมีความสวยงาม ชวนให้นักท่องเที่ยวมาชมความสวยงามทุกปี



ภาพที่ 2.4 ปะการังเจ็ดสีบริเวณร่องน้ำจาบัง

หาดสันหลังมังกร ต้นหยงโป ‘ทะเลแหวก’ คือคำเรียกขานเกาะแห่งหนึ่งของชาวชุมชนต้นหยงโป อำเภอเมืองสตูล เป็นสิ่งมหัศจรรย์กลางทะเลอันดามัน ซึ่งเกิดขึ้นในยามที่น้ำทะเลลดลงเหมือนกระแสน้ำและหลักทางให้สันทรายโผล่ขึ้นมา ตัวสันทรายที่เต็มไปด้วยซากเปลือกหอยนับหลายล้านตัวทับถมกัน ทำให้เกิดเป็นเส้นทางคดเคี้ยวยาวกว่า 3 กิโลเมตร ที่สามารถเชื่อมไปยังอีกเกาะหนึ่งได้ เปรียบเสมือนกับมังกรฟ้าถลาลงเล่นน้ำ ให้เราได้เดินบนสันหลังมังกรที่เคลื่อนไหวพลิ้วตัวอย่างสวยงาม จึงเป็นที่มาของชื่อหาดแห่งนี้ ‘หาดมังกร’



ภาพที่ 2.5 หาดสันหลังมังกร ดันหยงโป ‘ทะเลแหวก’

ถ้ำภูผาเพชร เป็นถ้ำหินปูนขนาดใหญ่ หินงอกหินย้อยที่พบภายในถ้ำมีความวิจิตรตระการตาเป็นอย่างมาก บางบริเวณยังมีน้ำหยดซึ่งก่อให้เกิดหินงอกหินย้อยได้ตลอดทั้งปี นอกจากนี้ผนังถ้ำบางบริเวณยังพบซากดึกดำบรรพ์ของแบคทีเรีย (สโตรมาโตไลต์) และหมึกทะเลโบราณ (นอติลอยด์) ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ว่าหินปูนบริเวณถ้ำภูผาเพชรมีอายุอยู่ในช่วงยุคออร์โดวิเซียน หรือเมื่อประมาณ 450 ล้านปีมาแล้ว และยังพบเศษภาชนะ เครื่องปั้นดินเผา ซึ่งบ่งบอกถึงการเคยเป็นที่อยู่อาศัยของมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์



ภาพที่ 2.6 ถ้ำภูผาเพชร

2.2 วิถีชีวิตของชาวสตูล

เนื้อหาวิถีชีวิตของชาวสตูล ประกอบด้วย พื้นที่เชื่อมโยงอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล กลุ่มชาติพันธุ์ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น ศาสนสถาน พืชพื้นถิ่น อาหาร สัตว์ลักษณะประจำจังหวัด คำขวัญประจำจังหวัด

2.2.1 พื้นที่เชื่อมโยงอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล

2.2.1.1 อำเภอเมืองสตูล ชื่อเดิม อำเภอมำบัง ใช้เรียกตั้งแต่ปีพ.ศ. 2452 ตั้งแต่เมืองสตูลถูกโอนไปขึ้นต่อมณฑลภูเก็ต เปลี่ยนชื่อมำบังนังคะราเป็นจังหวัดสตูล เพื่อให้สอดคล้องกับการปกครองแบบมณฑลเทศาภิบาล ล่วงมาพ.ศ. 2482 ให้เปลี่ยนชื่ออำเภอซึ่งเป็นที่ตั้งศาลากลางจังหวัดเป็นอำเภอเมืองทั่วไป

2.2.1.2 อำเภอละงู ละงูเคยเป็นท่าเรือสำคัญทางตอนเหนือของเมืองไทรบุรีมาแต่อดีต มีความสำคัญอันดั่งบรองไปจากมำบังนังคะรา มีพื้นที่ครอบคลุมไปทางตอนเหนือคือสุโขทัย

(ทุ่งหว้า) ภายหลังสุโขทัยมีความเจริญรุ่งเรือง เป็นท่าเรือขนส่งพริกไทยไปขายที่ตลาดปีนัง ทำให้ประชากรในละแวกลดลง เมื่อเมืองสตูลถูกโอนไปขึ้นต่อมณฑลภูเก็ต จังหวัดสตูลได้แบ่งเขตการปกครองเป็น 2 อำเภอกับ 2 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอมำบัง อำเภอสุโขทัย กิ่งอำเภอละงู และ กิ่งอำเภอดุสน ละงูได้รับการยกฐานะเป็นอำเภอเมื่อปี พ.ศ. 2473

2.2.1.3 อำเภอทุ่งหว้า ชื่อเดิม สุโขทัยตั้งตามชื่อคลองสายหนึ่ง แปลว่า คลองกบหมาก เมื่อเมืองสตูลถูกโอนไปขึ้นต่อมณฑลภูเก็ต แบ่งเขตปกครองเป็นจังหวัด อำเภอ จึงนำชื่อสุโขทัยมาตั้งเป็นชื่ออำเภอ ภายหลังเปลี่ยนเป็นชื่อทุ่งหว้า พร้อมกันนั้นได้ลดฐานะอำเภอทุ่งหว้าเป็นกิ่งอำเภอ ให้ไปขึ้นต่ออำเภอละงูแทน เนื่องจากประชากรลดลง ล่วงมาปีพ.ศ. 2516 กิ่งอำเภอทุ่งหว้ายกฐานะเป็นอำเภอจนถึงทุกวันนี้

2.2.1.4 อำเภอมะนัง จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2539 โดยแบ่งแยกพื้นที่อำเภอควนกาหลงออกมา 2 ตำบล ได้แก่ ตำบลนิคมพัฒนา และ ตำบลปาล์มพัฒนา ยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอเมื่อ พ.ศ. 2549 คำว่ามะนัง เพี้ยนมาจากภาษามลายู เมอนัง(menang) แปลว่า “ชนะ” จึงเป็นชื่อหมู่บ้าน และอำเภอในปัจจุบัน

2.2.2 กลุ่มชาติพันธุ์ หลักฐานสำคัญคือมีการ ขุดค้นพบเครื่องมือหินขัด เครื่องกะเทาะหิน และเศษดินเผาที่เขาโต๊ะพญาวัง อำเภอเมืองสตูล เขาชุมทรัพย์ และเขาโต๊ะนางดำ อำเภอทุ่งหว้า แหล่งโบราณคดีดังกล่าวตั้งอยู่ริมคลอง แสดงว่ามนุษย์ถ้ำสมัยนั้นอาศัยอยู่ใกล้แหล่งน้ำ ยังชีพด้วยการล่าสัตว์ เป็นมนุษย์ที่สูญพันธุ์ ไปจากแผ่นดินหลายพันปีแล้ว จึงไม่ถือเป็นบรรพบุรุษของชาวเมืองสตูล แต่ผู้ที่อาศัยอยู่ใน แผ่นดินเมืองสตูลมาแต่โบราณกาล สืบต่อมาจนกระทั่งทุกวันนี้ มีอยู่ 5 เผ่าพันธุ์ ได้แก่ กลุ่มพวกนิกริโต หรือ เงาะเซม้ง ชาวสตูลเชื้อสายมลายูหรือมุสลิม ชาวสตูลเชื้อสายไทยหรือสยาม ชาวสตูลเชื้อสายจีน ชาวสตูลเชื้อสายชาวเลหรือชาวน้ำ

2.2.2.1 กลุ่มพวกนิกริโต หรือ เงาะเซม้ง ในพื้นที่เรียกว่า “มานิ” เป็นพวกนิกริโต (Negrito) หรือ เงาะเซม้ง (Semang) ถือเป็นชนเผ่าที่มีอายุมากที่สุด ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสตูล เป็นมนุษย์พันธุ์เตี้ย ผิวดำเข้มค่อนข้างไปทางน้ำตาลไหม้ ริมฝีปากหนา ผมหยิกแบบขมวดกลมเป็นก้อนหอย หรือ หยิกฟูเป็นกระเซิง จัดเป็นชนเผ่านีกรอยด์ (Negroid) ถิ่นฐานเดิมอยู่ในทวีปแอฟริกา เป็นเผ่าพันธุ์เดียวกับพวก จาราวา (Jarawa) หรือ อันดามันนิส (Andamones) ที่อาศัยอยู่ที่หมู่เกาะอันดามัน พวกเอตา (Aeta) ในฟิลิปปินส์ และพวก นิโกร (คำว่า Negrito เป็นภาษาสเปน แปลว่า Little Negro) ชนเผ่านิกริโตอพยพมาอยู่อาศัยตามแนวทิวเขาภูเก็ต ทิวเขานครศรีธรรมราช ทิวเขา สันกาลาคีรี ต่อเนื่องเข้าไปในทิวเขาของประเทศมาเลเซีย นับเป็นชาวพื้นเมืองที่มีอายุ เก่าแก่ที่สุดทั้งในประเทศไทยและมาเลเซียทุกวันนี้



ภาพที่ 2.7 กลุ่มชาติพันธุ์นิกริโต หรือ เงาะเซม้ง หรือ มานิ



ภาพที่ 2.8 เงาครอบครัวหนึ่งร่อนเร่ในป่าจังหวัดสตูล
ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555 : 20

คนไทยมักเข้าใจสับสนกับชาวพื้นเมืองอีกกลุ่มหนึ่ง ได้แก่พวก ซาไก (Sakai) หรือซีโนย (Senoi) ซึ่งเป็นเผ่ามองโกลอยด์ (Mongoloid) ชื่อเรียกว่า “เงาะ” เช่นกัน เนื่องจากเส้นผมบนศีรษะหยิก แต่ไม่ใช่หยิกหยอง ขมวดกลมเป็นก้อนหอย หรือหยิกฟู กระเซิงแบบพวกเงาะเซม้ง แต่จะมีลักษณะหยิกธรรมดา คดไปคดมาหรือเหยียดตรง ผิวพรรณไม่กระดึบไปทางนิโกรเลย พวกนี้อพยพมาจากตอนใต้ของประเทศจีนเมื่อสมัย 7,500-4,500 ปีที่แล้ว อาศัยอยู่อย่างหนาแน่นทางตอนล่างของแหลมมลายู คือตามแนว ทิวเขาดิวิงซา (Titiwangsa) ที่ขึ้นชื่อคือแถบคาเมรอนไฮแลนด์ในรัฐเปรัสมัยก่อนชาวมลายูนิยมจับตัวพวกซาไกไปใช้เยี่ยงทาสหรือคนรับใช้ คำว่า ซาไก รากศัพท์ภาษามลายูแปลว่า “ทาส ไพร่ ชี้อ้า” คนไทยนำคำว่า ซาไก มาใช้เรียกแทนคำว่า เซม้ง ถือเป็นการเข้าใจคลาดเคลื่อนของนักวิชาการไทยบางคน ที่อธิบายว่าพวกเซม้งกับซาไกเป็นเงาะเผ่าเดียวกันทำให้คนทั้งประเทศเข้าใจ สับสนมาจนกระทั่งทุกวันนี้

2.2.2.2 ชาวสตูลเชื้อสายมลายูหรือมุสลิม เมืองสตูลเคยขึ้นต่อเมืองไทรบุรีมาก่อน ชาวเมืองสตูลที่มีเชื้อสายมลายู นับถือศาสนาอิสลาม ส่วนใหญ่ใช้ภาษามลายูกันเป็นพื้น ไม่สามารถสืบค้นเชื้อชาติเผ่าพันธุ์ดั้งเดิมได้ เนื่องจากมีการผสมพันธุ์กับ ชนชาติอื่น มีข้อสันนิษฐานเกี่ยวกับการตั้งถิ่นฐานของคนเชื้อสายมลายูในจังหวัดสตูล พิจารณาจากสภาพพื้นที่ของตำบล สโตย-ละงู ในอดีตถือเป็นท้องที่กันดารห่างไกล พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าเขา ที่ราบมีน้อย ไม่เหมาะแก่การทำนา ในสมัยกรุงสุโขทัยและกรุงศรีอยุธยา ผู้คนคงอาศัยอยู่ไม่มากนัก สมัยก่อนผู้คนอาจนับถือศาสนาพราหมณ์-ฮินดูก็ได้ มีการผสมเผ่าพันธุ์กับคนเชื้อสายไทยหรือสยาม ที่อพยพมาจากเมืองนครศรีธรรมราช พัทลุง และ สงขลา ซึ่งนับถือศาสนาพุทธภายหลังเปลี่ยนไปนับถือศาสนาอิสลาม อาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ชาวสตูลบางท้องที่พูดภาษามลายูไม่ได้ กรณีตัวอย่างตระกูล มาลินี มีบรรพบุรุษเป็นชาวภาคกลาง เดิมนับถือศาสนาพุทธ เป็นทหารถูกเกณฑ์ให้มาปราบชุมนุมเจ้าเมืองนครศรีธรรมราช ในสมัยพระเจ้าตากสินมหาราช เสร็จศึกแล้วไม่ยอมเดินทางกลับภาคกลาง ภายหลังตั้งถิ่นฐานที่เมืองพัทลุง แล้วอพยพเข้ามาตั้งรกรากที่เมืองสตูลต้นสมัย กรุงรัตนโกสินทร์

2.2.2.3 ชาวสตูลเชื้อสายไทยหรือสยาม ชาวมลายูนิยมเรียกคนไทยว่า เซียม มาจากคำว่า สยาม หรือ Siam นั้นเอง สำหรับชุมชนที่มีคนเชื้อชาติไทยอาศัยอยู่เรียกว่า กัมปงเซียม (kampung Siam) แปลว่า “หมู่บ้านชาวสยาม” ล่วงมาในยุคต้นกรุงศรีอยุธยา สมัยที่ศาสนาอิสลามมีอิทธิพลมาก คนไทยบางกลุ่มหันไปนับถือศาสนาอิสลามด้วยเช่นกัน ชาวมลายูเรียกคนไทยกลุ่มนี้ว่า พวก สยามอิสลามเพี้ยนเป็น ส้ามสาม หรือ เสียมสามในที่สุด อย่างไรก็ตาม ยังมีคนไทยส่วนหนึ่งคง

ดำรงความเป็นไทยไว้อย่างเหนียวแน่น ยังนับถือศาสนาพุทธ ยึดมั่นในประเพณีไทย ใช้ภาษาไทยท้องถิ่นภาคใต้ รวมตัวกันอยู่เป็นหมู่บ้าน ชาวมาเลเซียเรียกว่า kampung Siam เป็นที่อยู่ของ โอริง เซียม (Orang Siam) หมายถึงชาวสยามนั่นเอง



ภาพที่ 2.9 คนเชื้อสายไทยอำเภอควนลานารัง รัฐเกดะห์
ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555 : 29

จังหวัดสตูลไม่มีชุมชนคนไทย ที่มีคนตั้งถิ่นฐานหนาแน่นมั่นคงเป็นหมู่บ้านขนาดใหญ่ มีอายุเก่าแก่กว่าร้อยปีขึ้นไป ลักษณะเดียวกับที่จัดตั้งขึ้นในรัฐเกดะห์และปะลิส แต่มีกองทัพจากเมืองนครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา มาช่องสุ่มกำลังคอยดูแลความสงบเรียบร้อย บริเวณปากน้ำ 3 แห่งคือที่มำบัง บาราเกด และ ละงู ต้องมาอยู่จนแรมเดือนแรมปี ส่วนหนึ่งไม่ยอมเดินทางกลับถิ่นเดิม หลายคนแต่งงานกับสาวมุสลิมเมืองสตูล เลยต้องเปลี่ยนไปนับถือศาสนาอิสลามก็เป็นไปได้

ดังนั้น บรรพบุรุษชาวไทยในจังหวัดสตูล ส่วนใหญ่มีพื้นเพจากเมืองนครศรีธรรมราช พัทลุง และสงขลา วัฒนธรรมที่ชาวเมืองใกล้เคียงนำติดตัวมาด้วยคือ หนังตะลุง มโนราห์ เพลงบอก และสำคัญที่สุดคือ ภาษาท้องถิ่นภาคใต้ มีอิทธิพลสำคัญต่อวิถีชีวิตของชาวมุสลิมสตูล นายเจ๊ะอับดุลลาห์ หลังปูเต๊ะ ให้ข้อคิดเห็นสาเหตุที่ชาวมุสลิมสตูลส่วนใหญ่ พูดภาษามลายูไม่ได้ เพราะได้รับอิทธิพลด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นจากสามจังหวัดเพื่อนบ้าน ได้แก่ภาษาถิ่นภาคใต้ การละเล่นพื้นเมืองได้แก่หนังตะลุง มโนราห์ และ เพลงบอกนี้เอง จึงเกิดการผสมผสานวัฒนธรรมระหว่างคนเชื้อสายมลายูกับคนเชื้อสายไทยมาแต่อดีต

ล่วงมาสมัยรัชกาลที่ 5 คนไทยได้ตั้งวัดพระพุทธศาสนา แห่งแรกในตำบล มำบัง นังคะรา เมื่อปี พ.ศ. 2425 ชื่อ วัดมำบัง (วัดนาธิบเฉลิม พระอารามหลวง) ปี พ.ศ. 2434 ตั้งวัดบ้านจัน (วัดดูลยาราม) เมื่อสมัย 50-60 ปีล่วงแล้ว ทางราชการได้เปิดนิคมพัฒนาภาคใต้ขึ้นที่ควนกาหลง เปิดโอกาสให้ชาวไทยพุทธจากจังหวัดใกล้เคียง เข้ามาจับจองที่ดินเป็นที่อยู่อาศัยและประกอบอาชีพ เป็นสมัยที่คนไทยนับถือศาสนาพุทธจำนวนมากอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดนี้ ท้องที่อำเภอควนกาหลงกับอำเภอมะนัง จึงมีคนไทยพุทธตั้งถิ่นฐานเป็นจำนวนมาก กลายเป็นบรรพบุรุษชาวไทยสตูลยุคใหม่ ชาวสตูลเชื้อสายไทยหรือคนไทยพุทธในจังหวัดสตูล จึงมีปริมาณค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับชาวมุสลิม

2.2.2.4 ชาวสตูลเชื้อสายจีน ตามประวัติคนจีนอพยพมาจากแผ่นดินใหญ่เข้ามาตั้งหลักแหล่งที่เมืองมะละกา ทางตอนใต้ของแหลมมลายูก่อน เนื่องจากสมัยนั้นมะละกาเป็นเมืองท่าสำคัญ ที่ชาวตะวันตก อาหรับ อินเดีย และจีนมาค้าขาย ระหว่างปี พ.ศ. 2051-2184 โปรตุเกสปกครองมะละกา ตรงกับต้นสมัยกรุงศรีอยุธยา ได้แผ่อำณาเขตขึ้นมาทางเหนือจดเมืองเกดะห์ จึงเป็นที่มาของ

ชื่อ “ช่องแคบมะละกา” ซึ่งตั้งอยู่ระหว่างเกาะสุมาตรากับแหลมมลายู ชาวโปรตุเกสได้สำรวจชายฝั่งทะเลด้านตะวันตก ตลอดจนหมู่เกาะต่าง ๆ ซึ่ง อยู่ในอารักขาของสยาม จึงมีชื่อ หาดพันเตมะละกา ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของเกาะตะรุเตา (มาจากภาษามลายู pantai แปลว่า หาดทราย ส่วนคำว่า มะละกา แปลว่า ต้นมะขามป้อม)



ภาพที่ 2.10 ภาพแผนที่สยามโบราณวาดโดยชาวฝรั่งเศส สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช

ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555 : 33

คนจีนที่เข้าตั้งถิ่นฐานที่เมืองมะละกาส่วนใหญ่เป็นจีนฮกเกี้ยน พื้นเพมาจากมณฑลฝูเจี้ยน (Fujian) ซึ่งตั้งอยู่ตรงข้ามกับเกาะไต้หวัน คนจีนสร้างฐานอย่างรวดเร็ว ผู้ชายนิยมแต่งงานกับสาวพื้นเมืองมลายู ถ้ามีลูกเป็นชายเรียกว่า บ่าบ่า (baba) เป็นหญิง เรียกว่า นยอนย่า (nyonya) หรือ ย่าหย่า เกิดวัฒนธรรมลูกครึ่งที่เรียกว่า “เปอรานากัน” (Peranakan) นอกจากนั้นทางด้านสถาปัตยกรรม เกิดมีการผสมวัฒนธรรมระหว่างจีน กับโปรตุเกส ที่เด่นชัดคือการก่อสร้างอาคาร แบบชิโน-ปอร์ตุเกส (Chino-Portuguese) คือสถาปัตยกรรมแบบผสมระหว่างตะวันออกกับตะวันตก หรือระหว่างจีนกับฝรั่งนั่นเอง

สมัยพระยาภูมินารายณ์ได้แต่งตั้งตัวแทนคนจีนร่วมเป็นกรรมการเมืองจำนวน 2 คน คนแรกคือนาย กัง เซ่ง หิ้น (นายเซ่งหิ้น แซ่กัง) ฐานะเทียบเท่ากำนัน คอยดูแลกิจการค้าและความสงบเรียบร้อยในหมู่ชาวจีน จึงเป็นที่มาของชื่อ ท่าเรือเซ่งหิ้นริมคลองมาบั่ง ใกล้กับโรงแรมเหรียญทอง ท่าเรือเซ่งหิ้นเลิกใช้ไปนานแล้ว ชาวจีนอีกคนหนึ่งซึ่งเป็นกรรมการเมืองสตูลด้วย คือนาย อั้ง บา จิ (นายบาจิ แซ่อั้ง) หรือ กัปตันบาจิ ฐานะผู้ช่วยของนายกัง เซ่ง หิ้น มีหน้าที่เพื่อคอยดูแลความสงบเรียบร้อยของหมู่คนจีนเช่นกัน นอกจากนั้นพระยาภูมินารายณ์ได้ปูนบำเหน็จพ่อค้าชาวจีนเป็นชั้น ขุน 3 คน ได้แก่ ขุนพูนพานิช ขุนชินธุการ กับ ขุนเพ็ญพาณิช สำหรับขุนพูนพานิช หรือ นายกาอวด แซ่หลี่ ต้นตระกูล “พูนพานิช” คือผู้ก่อตั้งศาลเจ้าโป้เจ้เก้ง ขุนชินธุการ หรือ นายเทียนอ้ว แซ่ลิ้ม เป็นบุตรชายของ นายขุนม่า แซ่ลิ้ม ต้นตระกูล “ลิ้มกุลพงษ์” ผู้บุกเบิกด้านการค้าในมาบั่งนังคะรา เคยขับเกวียนนำสินค้าไปขายที่ตลาดควนเนียง ได้ช่วยเหลือราชการ มากมาย ส่วนขุนเพ็ญพาณิช (นายกำโห แซ่อู่) ต้นตระกูล “แซ่อู่” เข้ามาตั้งรกราก ที่สุโขทัยได้สร้างความเจริญแก่ท้องถิ่นมากมาย อีกบุคคลหนึ่งที่เข้ามาถิ่นฐานในจังหวัดสตูล สมัยพระยาภูมินารายณ์เช่นกัน คือ นายยิบ แซ่ตัน ต้นตระกูล ต้น

ตระการสกุล และ ตันติอาภรณ์ เข้ามาประกอบอาชีพตัดฟันเผาถ่าน ลูกหลานจากตระกูลนี้ได้สร้างความเจริญด้านการค้าและธุรกิจแก่จังหวัดสตูลจนมาทุกวันนี้

2.2.2.5 ชาวสตูลเชื้อสายชาวเล ราชบัณฑิตยสถานอธิบายว่า ชาวเลเป็นชนเผ่าพื้นเมืองเดิมของมลายูที่หลงเหลืออยู่ ได้อพยพเข้ามาอยู่ในแหลมมลายู ตั้งแต่ยุคดึกดำบรรพ์ ก่อนที่พวกมลายูใหม่จะเข้ามาตั้งถิ่นฐาน โดยที่ไม่ได้กลายพันธุ์เป็นพวกมลายู ชาวมลายูเรียกชื่อชาวเลว่า โอริงละอูต ตามรากศัพท์ โอริง แปลว่า คน ส่วนละอูต แปลว่า ทะเล ภาษาท้องถิ่นภาคใต้เรียก ทะเล ว่า เล แต่ชาวเลในจังหวัดสตูล กระบี่ และภูเก็ต เรียกชื่อพวกเขาว่า อูรักละโว้ย ซึ่งเพี้ยนมาจากโอริงละอูตนั่นเอง บางกระแสอธิบายว่า ชาวเลเป็นพวกอินโดนีเซียกลุ่มหนึ่ง อพยพไปตั้งถิ่นฐานที่เกาะบอร์เนียว ดำรงวิถีชีวิตแบบชาวเกาะ กลายเป็นเผ่าพันธุ์พวก ดยัค (Dyak) มาตราบเท่าทุกวันนี้ พวกนี้ชอบอาศัยบนบก มีที่อยู่แน่นอน หรือเรียกว่า ดยัคบก (Land Dyak) แต่มีอีกพวกหนึ่งชอบใช้ชีวิตร่อนเร่ ทำมาหากินในท้องทะเลเรียกว่า ดยัคทะเล (Sea Dyak) มีการอพยพไปตามหมู่เกาะต่าง ๆ ในช่องแคบมะละกา และเลยขึ้นมาทางตอนเหนือของทะเลอันดามัน ซึ่งมีหมู่เกาะมากมาย ทั้งในประเทศไทยและพม่า



ภาพที่ 2.11 ชาวบาตักเกาะสุมาตรา อินโดนีเซีย
ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555 : 36

ชาวเลอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดสตูลครั้งแรกที่เกาะหลีเป๊ะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหมู่เกาะอาดัง-ราวี มีพื้นที่ประมาณ 5 ตารางกิโลเมตร ส่วนใหญ่เป็นที่ราบ มีแหล่งน้ำจืดที่สมบูรณ์ บรรพบุรุษของชาวเลที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานคือ โตะฮีรี หรือ โตะฮีลี พื้นเพเป็นชาวอินโดนีเซีย นับถือศาสนาอิสลาม เดินทางไปมาค้าขายระหว่างปีนังกับไทย ได้แต่งงานกับหญิงชาวเล เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ มีลูกสามคนเป็นผู้หญิง 2 ชาย 1 โตะฮีรีต้องการหาที่อยู่ใหม่ เห็นว่าเกาะหลีเป๊ะมีความเหมาะสมในการตั้งถิ่นฐาน จึงชักชวนชาวเลจากเกาะใกล้เคียงเข้ามาตั้งบ้านเรือน ขออนุญาตต่อ พระยาภูมินารถภักดี เจ้าเมืองสตูลสมัยนั้น



ภาพที่ 2.12 หญิงชาวเลเกาะหลีเป๊ะล้างลูก
ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555 : 37

สันนิษฐานว่าชาวเลได้อพยพเข้ามาอยู่ที่เกาะหลีเป๊ะ เมื่อปี พ.ศ. 2452 สมัยรัชกาลที่ 5 ซึ่งเป็นปีที่มีการแบ่งแยกดินแดนระหว่างไทยกับอังกฤษ ก่อนปี พ.ศ. 2452 หมู่เกาะตะรุเตา หมู่เกาะอาดัง-ราวี ขึ้นต่อเมืองไทรบุรี เมื่อมีข้อตกลงแบ่งแยกดินแดนกันระหว่างสองประเทศ หมู่เกาะลันกา ให้อังกฤษ หมู่เกาะตะรุเตาตกเป็นของไทย คือให้ขึ้นต่อจังหวัดสตูล อังกฤษต้องการผนวกหมู่เกาะอาดัง-ราวีให้เป็นของมลายูตามเดิม แต่ด้วยไหวพริบของพระยาภูมินารักษ์ดีผู้ว่าราชการจังหวัดสตูล ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อนั้นเองได้ชักชวนให้โต๊ะฮีลิจากจังหวัดกระบี่ พร้อมชาวเลกลุ่มใหญ่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่เกาะหลีเป๊ะ ฝ่ายไทยจึงยกเป็นข้ออ้างสำคัญ ว่าหมู่เกาะแห่งนี้มีคนไทยอาศัยอยู่ก่อน จึงควรขึ้นต่อจังหวัดสตูล เนื่องจาก มีชาวน้ำอพยพจากทางตอนเหนือของทะเลช่องมะละกา ชาวเลจึงมีส่วนช่วยให้หมู่เกาะอาดัง-ราวี ยังขึ้นต่อแผ่นดินไทย ดังนั้น ชาวเลจึงตั้ง ถิ่นฐานในจังหวัดสตูลเมื่อ 100 ปีเศษมานี้เอง

2.2.3 สถาปัตยกรรมท้องถิ่น อาคารสถานที่ที่มีอายุมากบ่งบอกคุณค่าความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมท้องถิ่น ได้แก่ บ้านเรือนไทยมุสลิม อาคารแบบชิโน - ปอร์ตุเกส พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสตูลคฤหาสน์กูเด็น

2.2.3.1 บ้านเรือนไทยมุสลิม ภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ บ้านเรือนไทยมุสลิมสตูลยังแสดงร่องรอยการผสมผสานวัฒนธรรมมาอยู่กับไทยท้องถิ่นภาคใต้ และสะท้อนให้เห็นจารีตประเพณีทางสังคม ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตในศาสนาอิสลามด้วยนอกจากนั้น การออกแบบตัวเรือนและการตกแต่งเพื่อความสวยงาม แสดงอัตลักษณ์สถาปัตยกรรมท้องถิ่นไว้ด้วย บ้านเรือนไทยมุสลิมสตูลสมัยก่อนมีลักษณะการวางตัวเรือนหันหน้าเข้าหาเส้นทางสัญจรเช่นถนน เพื่อสะดวกในการคมนาคม ถัดจากบ้านเรือนริมคลอง อยู่ใกล้แม่น้ำหรือติดชายทะเล จะหันหน้าสู่แหล่งน้ำเพื่อรับทิศทางลม ไม่นิยมปลูกเรือนขวางตะวัน จะถูกกล่าวหาว่าเป็นคนขวางโลกหาความเจริญไม่ได้ แท้จริงแล้วคตินี้สืบเนื่องมาจากสภาพดินฟ้าอากาศบังคับต่างหาก สมัยก่อนผู้คนไม่นิยมสร้างรั้วกันบริเวณ แต่จะปลูกไม้ผล เช่น มะพร้าว มะม่วง ขนุน กล้วย เพื่อให้ร่มเงาและผลิตผลกินได้ มาสร้างเรือนประกอบเป็นยั้งข้าวขนาดเล็กละใช้เก็บข้าวเปลือก ชาวสวนยางพาราจะมีโรงทำน้ำยางให้เป็นยางแผ่นและที่ตากยาง เรือนชาวประมงจะมีที่ตากปลาและมีคอกสัตว์เลี้ยงแยกไว้ต่างหากออกจากตัวบ้าน เป็นต้น บ้านไทยมุสลิมไม่ตกแต่งลวดลายเป็นรูปคนหรือสัตว์ เช่น ที่जू ช่อลม รวบันได ประตู หัวเสา เนื่องจากตามคติในศาสนาอิสลามห้ามทำรูปบูชา ลวดลายที่ตกแต่งบ้านจึงไม่มีรูปคนหรือสัตว์ แต่นิยมสร้างเป็นทรงเลขาคณิตหรืออักษรประดิษฐ์แทนเป็นที่น่าเสียดาย ทุกวันนี้บ้านไม้โบราณของชาวสตูลถูกรื้อ

ถอนไปมากแล้วยังคงหลงเหลืออยู่นับจำนวนหลังได้ หมู่บ้านที่ยังอนุรักษ์บ้านไม้แบบเก่าเอาไว้ที่เด่นชัดคือที่บ้านควน ตำบลบ้านควน อำเภอเมืองสตูล และบางส่วนของเขตเทศบาลตำบลกำแพง อำเภอละงู



ภาพที่ 2.13 บ้านเรือนมุสลิมโบราณ ตำบลบ้านควน อำเภอเมืองสตูล
ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555 : 72

2.2.3.2 อาคารแบบชิโน - ปอร์จูกีส มรดกที่ชาวจีนสร้างให้เมืองสตูล คำว่าชิโน

- ปอร์จูกีสมาจากภาษาอังกฤษ Chino-Portuguese Style ประกอบด้วยศัพท์สำคัญ 2 คำได้แก่ Chino กับ Portuguese คำว่า Chino มาจาก Sino หมายถึง จีน เกี่ยวกับจีน ภาษามลายูใช้ Cina หรือ Cino ส่วนคำว่า Portuguese อ่านออกเสียง ปอร์จูกีส หมายถึงชาวโปรตุเกส ภาษาโปรตุเกส (ชื่อประเทศนี้คือPortugal อ่านออกเสียง ปอร์จูกัล) ดังนั้นอาคารแบบชิโน-ปอร์จูกีสหมายถึงสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานระหว่างชาวโปรตุเกสกับชาวจีน เนื่องจากโปรตุเกสได้ยึดครองเมืองมะละกา ซึ่งตั้งอยู่ทางตอนใต้แหลมมลายูระหว่างปี พ.ศ.2054-2184 ตรงกับต้นสมัยกรุงศรีอยุธยา ชาวโปรตุเกสเป็นชาวตะวันตกชาติแรกที่เดินทางเข้ามาเจริญสัมพันธ์ไมตรีกับไทยสมัยสมเด็จพระรามาธิบดีที่ 2



ภาพที่ 2.14 สถาปัตยกรรมแบบชิโน - ปอร์จูกีส ต้นกำเนิดเมืองมะละกา
ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555 : 74

ในช่วงเวลาที่ชาวโปรตุเกสมีอำนาจเหนือเมืองมะละกานั้น คนจีนจากแผ่นดินใหญ่ก็ได้อพยพสู่แหลมมลายูด้วย โดยอาศัยเรือใบขนาดใหญ่ที่เรียกกันว่า “เรือสำเภา” คนจีนนิยมสร้างบ้าน 2 ชั้น ชั้นล่างใช้เป็นที่ค้าขาย ส่วนชั้นบนหรือ “เล้าเต็ง” ใช้สำหรับเป็นที่อยู่อาศัยไปในตัว คนจีนเก่งทางด้านงานปูนสร้างโดยใช้ปูนซีเมนต์ อิฐ เหล็ก หิน เป็นหลัก พื้นชั้นล่างปูด้วยกระเบื้องรูปทรงต่าง ๆ เช่น ข้าวหลามตัด รูปสัตว์ ดอกไม้ บางทีก็เป็นกระเบื้องขัดมัน สำหรับชั้นบนได้แก่ บันได พื้นห้อง วงกบ ประตู หน้าต่างก็ใช้ไม้เป็นหลัก สำหรับชั้นล่างใช้เป็นร้านค้า มีทางเดินหน้าร้านเชื่อมต่อกันตลอดแนว มีเสาโตอยู่ด้านหน้าเป็นระยะ ๆ พร้อมกับช่องโค้งที่เชื่อมระหว่างห้อง ทางเดินหน้าร้านและช่องโค้งเรียกว่า “อาเซต”(arcade) ภาษาจีนฮกเกี้ยนเรียกว่า “หงอคาชี” แปลว่า

“ทางเดินกว้าง 5 ฟุต” นอกจากนั้นจุดเด่นของสถาปัตยกรรมแบบชิโน – ปอร์จุกีส คือการตกแต่ง ลวดลายของปูนปั้น ล้อมกรอบวงกบและหน้าต่างส่วนหน้าของอาคาร บ้างก็มีหัวเสาแบบกรีกมาใช้ ประดับพร้อมลวดลายที่สวยงาม อ่อนช้อยสะดุดตา ส่วนหลังคาก็มุงด้วยกระเบื้องกาบกล้วยพื้นเมือง



ภาพที่ 2.15 อาคารชิโน – ปอร์จุกีส สมบูรณ์แบบที่ป็นัง
ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555 : 76

สถาปัตยกรรมชิโน – ปอร์จุกีสเข้าสู่จังหวัดสตูลสมัยพระยาภูมิรินารักษ์ดีเป็นเจ้าเมืองสตูล เป็นผู้ชักชวนให้ชาวจีนจากเกาะป็นังเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่มำบังนังคะรา โดยเฉพาะชาวจีนกลุ่มใหญ่ที่ทำมาค้าขายและปลูกสวนพริกไทยที่อำเภอสุไหงโกะปะห์ มีจำนวนทั้งสิ้น 1497 คน (อยู่ในเขตตลาด 456 คน อยู่ตามสวนพริก 1041 คน) ชาวจีนได้สร้างอาคารร้านค้าเป็นตึกแถว 2 ชั้น รูปทรงเดียวกับที่เกาะป็นังและมะละกา ประมาณ 100 คูหา สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในระหว่างปีพ.ศ 2440 ถึง 2445 นอกจากนั้นพระยาภูมิรินารักษ์ดีได้สร้างอาคารแบบเดียวกันในตำบลมำบังนังคะรา 4 คูหา เพื่อให้คนเช่า คือตึกแถวที่อยู่ติดกับธนาคารกรุงเทพ สาขาสตูลปัจจุบัน ภายหลังมีคนจีนกลุ่มอื่นสร้างต่อเติมทางด้านทิศตะวันออก และส่วนหนึ่งทางด้านทิศตะวันตก คาดว่าคงสร้างขึ้นระหว่างปีพ.ศ. 2540 ถึง 2545 อายุจึงใกล้เคียงกับอาคารที่ตลาดทุ่งหว้า ถ้านับอายุถึงปัจจุบัน สถาปัตยกรรมแบบชิโน – ปอร์จุกีส ยืนยงอยู่ในจังหวัดสตูลร่วม 110 ปีมาแล้ว

2.2.3.3 พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสตูลคฤหาสน์กูเด็น



ภาพที่ 2.16 คฤหาสน์กูเด็นหลังที่สองเมืองสตูล
ที่มา : satun. 2562. ออนไลน์

คฤหาสน์กูเด็นเป็นสถาปัตยกรรมยุโรปแบบโคโลเนียล หรือจะเรียกว่าซิโน-โปรตุเกสก็ได้ ถือว่าแบบซิโน-โปรตุเกสเป็นต้นตำรับมาก่อน คือชาวจีนได้นำศิลปกรรมของชาวโปรตุเกสมาประยุกต์ใช้ เมื่อดัตช์และอังกฤษมีอำนาจได้ปกครองแหลมมลายูต่อได้ดัดแปลงรูปแบบสถาปัตยกรรมซิโนโปรตุเกสตามความเหมาะสม เรียกชื่อเสียใหม่ว่าสถาปัตยกรรมแบบโคโลเนียล อาคารแบบโคโลเนียลมีชื่อเรียกอีกอย่างว่า “ตึกฝรั่ง” เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากตะวันตก พระยาภูมินารักษ์อดีเคยสร้างอาคารรูปทรงเดียวกันที่ปีนังมาก่อน จึงได้นำนายช่างจีนจากปีนังมาก่อนสร้างคฤหาสน์กูเด็นหลังที่สองที่เมืองสตูล แนนอนคงมีนายช่างและคนงานชาวเมืองสตูลร่วมก่อสร้างอีกมากมายไม่มีหลักฐานกล่าวถึงเรื่องนี้เลย

คฤหาสน์กูเด็นเป็นอาคารก่ออิฐถือปูน 2 ชั้น ตัวอาคารมีแผนผังรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีมุขยื่นออกมาด้านหน้า เสามุข 2 เสามีขนาดใหญ่ ที่ฐานมีย่อมุมไม้สิบสองแสดงศิลปกรรมแบบไทยแท้ มีบันไดคอนกรีตตรงหน้ามุขสูงจากพื้นประมาณ 1 เมตร ขึ้นสู่ชั้นหนึ่งของอาคาร และมีบันไดขึ้นสู่ชั้นหนึ่งตั้งอยู่ที่ทิศตะวันออกของอาคารอีก 2 บันได และมีบันไดทางด้านหลังอีก 1 บันได พื้นชั้นล่างปูด้วยกระเบื้องดินเผา ภายในตัวอาคารชั้นล่างมีบันไดเพื่อขึ้นไปสู่ชั้นบน 2 บันได จ้างเป็นลูกกรงไม้กลึงสวยงาม พื้นชั้นบนปูด้วยไม้กระดานขนาด 1 นิ้ว x 8 นิ้ว ประตูเป็นแบบ 2 บานมีบานเกล็ดแผ่นเล็กๆ ตามแนวนอน โดยมีขอบบนเป็นรูปโค้ง ส่วนขอบล่างลักษณะเป็นมุมฉาก หน้าต่างมีรายรอบอาคารทั้งชั้นบนและชั้นล่างเพื่อการถ่ายเทอากาศ หน้าต่างมี 2 บานเหมือนประตู มีบานเกล็ดไม้เล็กๆ เป็นช่องกระจก ตอนล่างใช้ลูกกรงไม้กลึงทุกช่องประตู อาคารหลังนี้มีห้องหลัก 12 ห้อง คือชั้นบน 6 ห้องและชั้นล่าง 6 ห้อง สำหรับหลังคาเป็นแบบทรงปั้นหยา ภาษามลายูเรียกว่าแบบสิมา เดิมใช้กระเบื้องกาบกล้วยซึ่งนิยมกันในปีนัง ภายหลังได้เปลี่ยนเป็นกระเบื้องลอนคู่แบบไทย เมื่อมีการปรับปรุงเป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสตูล

2.2.4 ศาสนสถาน จังหวัดสตูลเป็นเมืองผสมผสานวัฒนธรรมระหว่างคนเชื้อสายมลายูหรือมุสลิม ไทยหรือสยาม และจีน มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นสถาปัตยกรรมทางศาสนา บรรพชนได้ก่อสร้างศาสนสถานไว้ปฏิบัติศาสนกิจ ได้แก่ มัสยิดสำหรับพี่น้องมุสลิม วัดสำหรับชาวไทยพุทธ และศาลเจ้าสำหรับคนเชื้อสายจีน มีรายละเอียดเกี่ยวกับศาสนสถานทั้ง 3 แห่งต่อไปนี้

2.2.4.1 มัสยิดมำบัง ในอดีตเรียกมัสยิดอาเกปี สร้างเพื่อเป็นมัสยิดกลางของชุมชน โดยการรวบรวมเงินร่วมกันสร้าง เป็นอาคารชั้นเดียว ผนังก่ออิฐถือปูน ข้างในใช้เสาไม้เหลี่ยม 4 เสา พื้นี่ข้างในเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัส กว้างด้านละ ๑๓ เมตร รูปทรงหลังคาแบบมลายู มุงด้วย กระเบื้องกาบกล้วย ค่อย ๆ ลาดลงมาจากทั้ง 4 ด้าน มียอดหลังคาขนาดเล็กยกขึ้นอีกชั้นหนึ่ง เพื่อเป็นช่องระบายลมตรงยอดสุดหลังคามีแผ่นไม้แข็ง ประดิษฐ์เป็นลวดลายประกบไว้ทั้ง 4 มุม รอบอาคารมัสยิดสร้างเป็นกำแพงล้อมรอบ ห่างออกตัวอาคาร 4 วา เพื่อเป็นทางเดิน รอบมัสยิด ด้านหน้าทิศตะวันออกมีประตูใหญ่ อีกสองประตูเล็กอยู่ทางด้านทิศเหนือและ ทิศใต้ บริเวณด้านหน้าประตูทิศตะวันออก มีที่เก็บน้ำกอลาะห์ (Kolah) สำหรับอาบน้ำ ละหมาด โดยก่ออิฐเป็นแท่นที่นั่งเพื่อความสะดวกในการอาบน้ำ ทำความสะอาดร่างกาย ก่อนเข้าไปประกอบพิธีกรรม ตรงมุมทางทิศเหนือด้านบนของกอลาะห์ มีกลองหุ้มหนังวัว หน้าเดียวผูกโยงไว้ด้วยหวายเส้นใหญ่ ใช้สำหรับตีบอกเวลา (Waktu) ละหมาด กำหนด วันละ 5 เวลา และละหมาดวันศุกร์ เสียงกลองโดยเฉพาะในเดือนถือศีลอด (รอมฎอน) ช่วยปลุกให้ผู้คนลุกขึ้นกินอาหารก่อนย่ำรุ่ง และในวันอิฎิ้ลฟิตรี (วันรายาออกบวช) วันอีดิลอัฎฐา (วันรายาฮัจญ์) เสียงกลองจะรัวเป็นพิเศษ บางครั้งช่วยส่งสัญญาณบอกข่าว การตายของญาติพี่น้องและผู้คนในชุมชน นำเสียชีวิตไม่

สามารถสืบหาคลองโบราณในนั้น หลังจากมีการรื้อถอนมัสยิดหลังเก่าเมื่อปี พ.ศ. 2517 ไม่ทราบว่ามีใครเป็นผู้เก็บรักษา เอาไว้ หลังจากก่อตั้งมัสยิดกลางสำเร็จ ราษฎรที่ทิ้งถิ่นไปอยู่ตามป่าตามเขาหรือทางตอนเหนือของเมือง ก็ค่อย ๆ หายยเดินทางกลับมาอยู่ที่นครสโตโดยตามเดิม ทำให้บ้านเมือง เริ่มเป็นปึกแผ่นขึ้นโดยลำดับ เจ้าเมืองสตูลที่มีเชื้อสายเจ้าพระยาไทรบุรีได้ปกครองเมือง รวม 60 ปีเศษ ก็ล่วงสู่ยุคของพระยาภูมินารักษ์ดีเมืองสตูลเปลี่ยนชื่อเป็นมำบังนังคะรา มัสยิดฮากีบีหรือมัสยิดเตองะห์จึงมีชื่อใหม่ว่า มัสยิดมำบัง เนื่องจากเวลาล่วงเลยมากกว่าศตวรรษ การบูรณะกันขนานใหญ่ 2 ครั้ง ละปี พ.ศ. 2517 สมัย นายศุภโยค พานิชวิทย์ เป็นผู้ว่าราชการจังหวัดสตูล เริ่มรื้อถอนมัสยิดหลังเก่าเพื่อสร้างมัสยิดหลังใหม่ ดังนั้นอายุมัสยิดมำบังหลังเดิมจึงมีอายุได้ 127 ปี มีเจ้าเมืองและผู้ว่าราชการจังหวัดที่อุปถัมภ์ค้ำจุน 25 คน

2.2.4.2 วัดชนาธิปเฉลิม พระอารามหลวง เดิมชื่อ วัดมำบัง จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2425 สมัยรัชกาลที่ 5 ในยุคที่พระยาอภัยนุราช (ตนกูอิสมาแอล) เป็นเจ้าเมืองสตูล ชื่อเมืองสมัย นั้นเรียกว่า นครสโตย หรือฉายา นครสโตยมำบังสคารา แปลว่า สตูลเมืองพระสมุทร เทวา (คำว่า มำบัง รากศัพท์ภาษามลายู แปลว่า ภูต ผีชั้นสูง เจ้า ความหมายเพี้ยนเป็น เทวดา สวรรค์ หรือ พิมาน คำว่า มำบัง เป็นชื่อ คลอง หมู่บ้าน ตำบล อำเภอ เมือง เรือ วัด และ มัสยิด สมัยพระยาภูมินารักษ์ดีชื่อเมืองสตูล มำบังนังคะรา) เป็นวัดเก่าแก่ที่สุดในจังหวัดสตูล ไม่สามารถ สืบค้นได้ว่าใครเป็นผู้ก่อตั้งวัดแห่งนี้ สันนิษฐานว่าสมัยนั้นมีคนไทยนับถือศาสนาพุทธและ คนเชื้อสายจีน อาศัยอยู่เป็นจำนวนมากปะปนกับคนเชื้อสายมลายู ในย่านชุมชนนครสโตย ปัจจุบันคือแนวถนนบุรีวานิช ถนนสมันตประดิษฐ์ ถนนสตูลธานี ถนนศุภกานกุล บางส่วนของถนนเรื่องฤทธิ์จรูญ และถนนสฤทธิภูมินาท

2.2.4.3 ศาลเจ้าโปเจ๊เก้ง คำว่า “โปเจ๊เก้ง” เป็นภาษาจีนฮกเกี้ยน เนื่องจากผู้สร้างศาลเจ้าแห่งนี้ เป็นจีนฮกเกี้ยน จำแนกตามรากศัพท์ได้ดังนี้ คำว่า “โป” แปลว่า “คุ้มครอง รักษา” คำว่า “เจ๊” แปลว่า “ข้ามพันทุกข์” และคำว่า “เก้ง” แปลว่า “ศาลเจ้า” ดังนั้นความหมายของศาลเจ้าแห่งนี้ “ศาลเจ้าที่ช่วยให้คนพ้นทุกข์และ ประสพพรให้มีความสุข” เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวสตูล เชื้อสายจีน เป็นศาลเจ้าที่มีอายุเก่าแก่ที่สุดในจังหวัด สตูล ตั้งขึ้นภายหลังวัดมำบัง (วัดชนาธิปเฉลิม พระอารามหลวง) เพียง 8 ปี เท่านั้น นับถึงปัจจุบันศาล เจ้าโปเจ๊เก้งมีอายุ 121 ปีแล้ว ศาลเจ้าโปเจ๊เก้งสร้างเป็นสถาปัตยกรรมแบบจีน ส่วนหน้าของอาคารประกอบด้วยเสากลมโต สลักลวดลายนูนเป็นมังกรเฝ้าเสา สูงสุดรับหลังคา มีอักษรภาษาจีนกำกับไว้ตรงประตูทางเข้า ส่วนบนระบุชื่อศาลเจ้าไว้ชัดเจน ส่วนใหญ่นิยมใช้สีแดง เป็นสีแห่งความรุ่งเรือง บนหลังคาสลักลวดลายสัตว์ในนิยายหลายชนิด ได้แก่ มังกร กิเลน สิงห์ เหยี่ยว เป็นอาทิ กระเบื้องมุงหลังคาเป็นแบบแผ่นยาว มีสันประกบเป็นร่องยาว ส่วนบนหลังคามียอดแหลมโค้งงอนขึ้นข้างบน ภายในศาลเจ้ามีองค์พระประธานคือ พระโปเซ่งไต่เต่ หรือ ไต่เต่เฮี้ยจ้อ ซึ่งเป็นพระที่อุทิศชีวิตเพื่อช่วยเหลือมนุษย์ เป็นผู้มีอิทธิฤทธิ์ช่วยให้ผู้คนปราศจากโรคภัยไข้เจ็บดลบันดาลให้คนมีความสุขภาพดี ความไม่มีโรคถือเป็นลาภอันประเสริฐ เมื่อไม่มีโรคภัยเบียดเบียน จะประกอบอาชีพอะไรก็ประสบความสำเร็จ และมีพระสำคัญที่สร้างขึ้นร่วมสมัยกับพระประธาน ได้แก่ กิมซันเฮียบเทียนไต่เต่ (กวนกง) และ กิมซันกวนอิมฮุดโจ้ว ส่วนองค์พระหรือเทพเจ้าอื่น ๆ ล้วนสร้างขึ้นภายหลัง และมีการสร้างอาคารประกอบหลังเล็กหลังน้อยด้านหน้า เป็นที่ประดิษฐานองค์พระตามกำลังศรัทธาของประชาชน

2.2.5 พืชพื้นถิ่น ได้แก่ จำปาตะ เป็นผลไม้ตระกูลขนุน เป็นพันธุ์ไม้พื้นเมืองเจริญเติบโตได้ดีในดินทั่วไป ทนต่อความแห้งแล้ง ศัตรูพืชรบกวนน้อย จำปาตะแบ่งออกได้ ๒ ประเภท คือ จำปาตะ

ขนุนและจำปาตะบ้าน เมื่อผลสุกจะส่งกลิ่นอบอวลคล้ายทุเรียน จำปาตะปลูกกันทั่วไปในจังหวัดสตูลจนถือว่าเป็นผลไม้ประจำจังหวัด พันธุ์ที่มีชื่อเสียง คือ “ขวัญสตูล” กับ “วังทอง” ที่สำคัญคือผลของจำปาตะจะมี “โคระ” หรือ “โคร” เป็นเครื่องสานที่ใช้ห่อหรือสวมผลไม้จำพวกขนุนและจำปาตะ เพื่อป้องกันตัวหนอนหนอนไซทำความเสียหายให้กับผลไม้ โดยทั่วไปทำจากใบมะพร้าวสดหรือแห้งก็ได้



ภาพที่ 2.17 จำปาตะและโคระหรือโคร

2.2.6 อาหาร อาหารการกินในชีวิตประจำวันของชาวสตูล มีลักษณะคล้ายคลึงกับอาหารใน ภาคใต้ทั่ว ๆ ไป เพราะผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งนำมาใช้ปรุงเป็นอาหารนั้นเหมือนกัน โดยในงานวิจัยนี้คณะผู้วิจัยเจาะจงเฉพาะอาหารหวานเท่านั้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.2.6.1 ขนมโรตีกาพาย ถือเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสตูล ปรุงจากแป้งสาลี น้ำตาล และเกลือ ลักษณะเป็นแผ่นสีเหลืองเล็ก ๆ บางขนาดเท่าที่ต้องการ ใช้อบในเตาจนสุก มีสีเหลืองอ่อน ใช้รับประทานกับน้ำชา หรือ กาแฟ หรือเรียกว่า ขนมฟอปัง



ภาพที่ 2.18 โรตีกาพาย

ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555 : 125

2.2.6.2 ขนมบุหงาบูตะ หรือขนมดอกกล้าเจียก ปรุงจากแป้งข้าวเหนียว เกลือ มะพร้าว ชูต น้ำตาล ลักษณะเป็นแผ่นบาง ๆ และมีส่วนที่เป็นไส้ของขนม ขนมบุหงาบูตะ เป็นเอกลักษณ์ อย่างหนึ่งของจังหวัดสตูล



ภาพที่ 2.19 ขนมบุหงาบูตะ

ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555 : 125

2.2.6.3 ขนมห้างปรงจากแป้งข้าวเจ้า กวนกับน้ำกะทิ ผสมเกลือ แล้วนำไปอบ ในตู ให้ขนมสุกทั่วแล้วนำมาตัดเป็นชิ้นเล็ก ๆ รับประทาน

นอกจากนี้ยังมีขนมอีกหลายชนิดที่ทำขึ้นในงานเทศกาลต่าง ๆ ทั้งเป็นของชาว ไทย พุทธและมุสลิม เช่น ขนมหะเปต (ขนมทองพับ) ขนมหูลู (ขนมไข่) ขนมหูลูโดน ข้าวเหนียวอัด ข้าวเหนียวปิ้ง ข้าวเหนียวกวนทอด เป็นต้น

2.2.7 สัญลักษณ์ประจำจังหวัด

2.2.7.1 ดอกไม้ประจำจังหวัด คือ ดอกกาหลง มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Bauhinia acuminata* Linn. ในวงศ์ Leguminosae ชื่อสามัญว่า Galaong หรือ Snowy Orchid Tree ชื่ออื่นได้แก่ เสี้ยวดอกขาว ส้มเสี้ยว เสี้ยวน้อย เป็นไม้ทรงพุ่มขนาดกลาง กิ่งค่อนข้างอ่อนเปราะ ใบเป็น ใบไม้แผ่ดอกสลับกันไปตามต้น ลักษณะรูปมน ปลายใบแยกเป็น 2 แฉก ออกดอกเป็นช่อ ตามด้านข้าง หรือปลายกิ่ง ดอกใหญ่สีขาว กลิ่นหอมอ่อนๆ แต่ละช่อ จะมี 3-10 ดอก กลีบดอกมี 5 กลีบ ลักษณะ ซ้อนหรือเบียดกัน เกสรตัวผู้มีสีขาว อับเรณู มีสีเหลืองสด ออกดอกตลอดปี ออกผลเป็นฝัก กาหลงเป็น พันธุ์ไม้ที่ปลูกง่าย ขยายพันธุ์ ด้วยวิธีเพาะเมล็ดหรือตอนกิ่ง ถิ่นกำเนิดมาจากประเทศอินเดีย



ภาพที่ 2.20 ดอกกาหลง

ที่มา : jittraflorist. 2562. ออนไลน์

2.2.7.2 กล้วยไม้ที่มีชื่อเสียงของจังหวัด คือ กล้วยไม้รองเท้านารีชาวดุสิต มีชื่อทางวิทยาศาสตร์ว่า *Paphiopedilum niveum* ในวงศ์ Orchidaceae มีชื่อสามัญว่า Lady's Slipper ชื่อเรียกสามัญ รองเท้านาง รองเท้าแตะนารี หรือ บุษบกาสด (บุหงาคือดอกไม้ กาสดคือรองเท้า) ใบค่อนข้างหนา มีลายเขียวคล้ำ ปลายมน ใต้ท้องใบมีสีม่วงแก่ ตามกลีบใบมีประจุดสีม่วง กระเปาะรูปกลมเหมือนไข่ สีเดียว กับกลีบดอกสีขาว ก้านดอกแข็งแรงยาวเรียว กลีบดอกมีสีขาว ดอกมีขนาดกว้าง 4-6 เซนติเมตร ปลายกลีบบานอ้อมมาข้างหน้า เป็นกล้วยไม้ที่บานได้นาน ถิ่นกำเนิดของ รองเท้านารีชาวดุสิต คือขึ้นตามภูเขาหินปูน ตามซอกหินในหมู่เกาะต่าง ๆ ได้แก่ หมู่เกาะ ในจังหวัดสตูล จังหวัดตรัง และหมู่เกาะลังกาวิ ประเทศมาเลเซีย



ภาพที่ 2.21 กล้วยไม้รองเท้านารีขาวสตูล
ที่มา : wikipedia. 2562. ออนไลน์

2.2.7.3 คำขวัญประจำจังหวัด คำขวัญประจำจังหวัดที่ใช้ในปัจจุบัน คือ “ สตูล สงบ สะอาด ธรรมชาติบริสุทธิ์ ” ส่วนคำขวัญประจำจังหวัดเดิมที่เคยใช้คือ “ ตะรุเตา ไก่ดำ จำปาตะคนใจพระ งามเลิศ เชิดสตูล “

2.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง โดยเฉพาะในด้านของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2560 นี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวคิดเป็นมูลค่าประมาณ 1.76-1.79 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.3-9.1 จากที่คาดว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 12.6 ในปี 2559 โดยในปี 2560 ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐมีแผนที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอาเซียน พร้อมกับทำตลาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวใหม่ที่ช่วยกระจายเม็ดเงินลงสู่ภาคธุรกิจอื่นนอกเหนือจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวโดยตรง ซึ่งหนึ่งในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวนั้นก็คือ “สินค้าที่ระลึก (Souvenir)” ที่นักท่องเที่ยวเกือบทุกคนจะต้องหาซื้อ เพื่อเก็บไว้เตือนความจำและเป็นของที่ระลึกว่าครั้งหนึ่งเคยได้มีโอกาสมาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (Souvenir) เปรียบเสมือนเครื่องเตือนความทรงจำของการเดินทางท่องเที่ยวหรือเทศกาลงาน ซึ่งจากการรวบรวมข้อมูลกลุ่มของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศนิยมซื้อโดยการรวบรวมของศูนย์บันดาลไทยของกระทรวงวัฒนธรรม (2558) ได้แก่

- 1) แม่เหล็กติดตู้เย็น (Magnets) เพราะขนาดเล็ก ราคาไม่แพง พกพาได้สะดวก
- 2) หมวก ผ้าพันคอ ผ้าพันตัว (Hats and Scarves) เนื่องด้วยเป็นกลุ่มของที่ระลึกที่มีประโยชน์ใช้สอยกับผู้รับ อีกทั้งราคาไม่แพง
- 3) กระเป๋า (Bags) ที่ผลิตด้วยวัสดุและความชำนาญในท้องถิ่น
- 4) เครื่องประดับ (Jewelry) กลุ่มผู้หญิงนิยมเครื่องประดับขนาดเล็ก เช่น ต่างหูและสร้อยคอ ที่มีความเป็นเฉพาะถิ่น
- 5) งานศิลปะและของตกแต่งบ้าน (Artifacts and Household Items) ที่สะท้อนถึงสถานที่ท่องเที่ยวและใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการออกแบบ ดังนั้นราคาของงานจึงค่อนข้างสูง
- 6) อาหารสำเร็จรูป (Local dry food items) ที่บรรจุในกล่องหรือบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม อย่างไรก็ตามสิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือคุณภาพ มาตรฐานการแปรรูป นอกเหนือจากรสชาติ
- 7) แผ่นโปสการ์ดและโปสเตอร์ (Postcards & Posters) แสดงถึงภาพสถานที่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

8) งานหัตถกรรมท้องถิ่น (Local handicraft) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของประเทศหรือแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนั้นซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มงานหัตถอุตสาหกรรมท้องถิ่นได้ที่มีรากฐานทางวัฒนธรรม

9) เสื้อยืด (T-shirts) เป็นของที่ระลึกที่นิยมและหาซื้อได้ง่าย

ทั้งนี้ ของที่ระลึกที่ดี หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการทางการตลาดอย่างสร้างสรรค์ และยังสามารถสะท้อนถึงมรดกทางวัฒนธรรม ผ่านรูปแบบหรือประโยชน์ใช้สอยที่เพิ่มมูลค่า และความสำคัญเมื่อกาลเวลาผ่านไป

2.3.1 การสะท้อนอัตลักษณ์อันสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว

โดยที่การสะท้อนอัตลักษณ์อันสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนั้น มีทั้งการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ได้หลากหลายวิธีการ ดังนี้

1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัตถุดิบที่มีเฉพาะในท้องถิ่นหรือพื้นที่นั้นๆ หรือเป็นวัตถุดิบที่มีอยู่มากในแหล่งนั้นๆ จนเป็นที่กล่าวขานกันมายาวนาน เป็นที่รับรู้/รู้จักกันโดยทั่วไป เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของกล้วยไข่จากกำแพงเพชร เพราะกำแพงเพชรเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงเรื่องกล้วยไข่มานาน ชาวบ้านในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชรปลูกกันมาตั้งแต่ปี ๒๔๖๕ และตลอดเวลานับแต่อดีตคุณภาพกล้วยไข่ของกำแพงเพชรก็สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดมายาวนาน จนมีคำพูดติดปากว่า “กล้วยไข่กำแพง” และที่สำคัญผลไม้ประจำถิ่นนี้ยังผูกพันกับประเพณีท้องถิ่นดั้งเดิมของท้องถิ่น คือ งานเทศกาลสารทไทย กล้วยไข่เมืองกำแพงเพชร ที่เริ่มมีมาตั้งแต่ปี 2524

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัตถุดิบที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Identifications-GI) ซึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่งที่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีความเชื่อมโยง (Links) ระหว่างปัจจัยสำคัญสองประการ คือ ธรรมชาติและมนุษย์ กล่าวคือ ชุมชนได้อาศัยลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ หรือวัตถุดิบเฉพาะในพื้นที่ มาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าในท้องถิ่นของตนขึ้นมา ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มาจากพื้นที่ดังกล่าว คุณลักษณะพิเศษนี้อาจหมายถึง คุณภาพ ชื่อเสียง หรือคุณลักษณะเฉพาะอื่นๆ ที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้น ๆ ตัวอย่างของการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ มีอาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา (จังหวัดสุราษฎร์ธานี) ที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือโดยทั่วไป ที่แม้จะมีผลิตภัณฑ์ไข่เค็มที่ผลิตจากแหล่งต่างๆ ทั่วประเทศ แต่เมื่อเอ่ยถึงไข่เค็มไชยาแล้ว ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เหล่านั้นได้สร้างความเชื่อมั่นในใจของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี โดยบนบรรจุภัณฑ์ก็จะมีการระบุอย่างชัดเจนว่าเป็นผลิตภัณฑ์ “ไข่เค็มไชยา”

3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัฒนธรรมประจำถิ่น (Local Culture) เช่น วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารการกินอย่างอาหารหลักของชาวอีสาน คือ ข้าวเหนียว ส่วนอาหารจานหลักเกี่ยวกับข้าวเหนียว ก็คือ ปลาร้า ซึ่ง เป็นปลาที่นำมาหมักกับเกลือ และราหรือข้าวคั่ว นำมาปรุงเป็นอาหารประเภทต่างๆ เช่น น้ำพริก ปลาร้า ข้าวจี ผัดหมี่โคราช แกงอ่อม เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประจำถิ่นเหล่านี้ แม้จะไม่ระบุแหล่งที่มา แต่ก็จะเป็นที่รับรู้กันว่า ของฝากที่จะสามารถหาได้จากแหล่งท่องเที่ยวในแถบภาคอีสาน ก็คือผลิตภัณฑ์จากอาหารการกินเหล่านั้นนั่นเอง ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่จะช่วยสร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยวในภาคอีสาน มักจะเป็นการเน้นย้ำความเป็นวัฒนธรรมประจำถิ่นให้ปรากฏอย่างเด่นชัด

4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภูมิปัญญา ซึ่งเป็นภูมิปัญญาที่มีเฉพาะพื้นที่ เช่น ภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมการจักสานเครื่องมือเครื่องใช้ ที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค ทั้งวัสดุที่ใช้ ลวดลาย และ

เทคนิคในการสร้างสรรค์ หรือแม้แต่ภูมิปัญญาด้านความเป็นอยู่ อาหารการกิน แม้จะรับประทานอาหารประเภทเดียวกันก็ตาม แต่ทว่า รสชาติของแต่ละจังหวัดก็มีผิดเพี้ยนหรือแตกต่างกันได้

5) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ที่นำเอาสถานที่สำคัญที่เป็นจุดสังเกต (landmark) หรือสถานที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวมาใช้ เป็นส่วนประกอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ/หรือบรรจุภัณฑ์ที่สร้างการจดจำและตอบสนองเรื่องการท่องเที่ยวเป็นหลัก เพราะเป็นการผูกโยงกันโดยตรง ตัวอย่างเช่น ที่ประเทศญี่ปุ่น มีร้านขนม “คิมุระยะ” เป็นร้านขายขนมแปงทอดตัวการ์ตูนที่เปิดให้บริการมาตั้งแต่ปี ๑๘๖๘ เป็นร้านขายแปงทอดที่เรียกได้ว่าเก่าแก่ที่สุดในอาซากุสะ และในร้านสาขาหลักที่ตั้งอยู่ข้างๆ กับซุ้มประตูโฮโซมงในวัดอาซากุสะนั้น เรายังสามารถดูขั้นตอนการทำขนมแปงทอดกันสดๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปเจดีย์ห้าชั้น, เทพเจ้าแห่งสายฟ้า, นกฟิราบ หรือรูปทรงต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับเมืองอาซากุสะ เป็นขนมที่เหมาะสมแก่การซื้อกลับไปเป็นของฝาก และขนมแปงทอดของร้าน “คิมุระยะ” ยังถูกทำขึ้นอย่างประณีตทีละชิ้น ๆ จากไข่และแป้งโคเนะปุงอย่างดี ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถลิ้มรสชาติเก่าๆ อีกด้วย



ภาพที่ 2.22 ขนมจากร้าน “คิมุระยะ” ที่มีรูปร่างขนม ทำเป็นรูปเจดีย์ห้าชั้น, เทพเจ้าแห่งสายฟ้า, นกฟิราบ หรือรูปทรงต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับเมืองอาซากุสะ
ที่มา : matcha-jp. 2561 .ออนไลน์

นอกเหนือจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยว จำเป็นต้องสะท้อนอัตลักษณ์สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว จดวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ในละแวกของแหล่งท่องเที่ยว หรืออยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยว ก็นับว่ามีส่วนช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อเพื่อการนำไปเป็นของฝากหรือของที่ระลึกด้วยเช่นกัน ซึ่งประเด็นนี้ ยังมีข้อถกเถียงกันว่า ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ ควรจะมีจำหน่ายเฉพาะที่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างการดึงดูดร่วมกับแหล่งท่องเที่ยว หรือไม่ เพราะหากกำหนดให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายเฉพาะที่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางแล้ว จะยังเป็นส่วนเสริมให้การท่องเที่ยวมีความแข็งแกร่งมากขึ้น เป็นการชักนำให้นักท่องเที่ยวต้องมาถึงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อจะสามารถหาซื้อผลิตภัณฑ์ของฝาก/ของที่ระลึกเหล่านี้ได้

2.3.2 วัตถุประสงค์ที่มีเฉพาะในท้องถิ่นหรือพื้นที่

รูปแบบหนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ สร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยว ก็คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัตถุประสงค์ที่มีเฉพาะในท้องถิ่นหรือพื้นที่นั้นๆ หรือเป็นวัตถุประสงค์ที่มีอยู่มากในแหล่งนั้นๆ จนเป็นที่กล่าวขานกันมายาวนาน เป็นที่รับรู้/รู้จักกันโดยทั่วไป เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมของกล้วยไข่จากกำแพงเพชร เพราะกำแพงเพชรเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงเรื่องกล้วยไข่มานาน ชาวบ้านในพื้นที่จังหวัดกำแพงเพชรปลูกกันมาตั้งแต่ปี 2465 และตลอดเวลานับแต่อดีตคุณภาพกล้วยไข่ของกำแพงเพชรก็สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดมายาวนาน จนมีคำพูดติดปากว่า “กล้วยไข่กำแพง” และที่สำคัญผลไม้ประจำถิ่นนี้ยังผูกพันกับประเพณีท้องถิ่นดั้งเดิมของท้องถิ่น คือ งานเทศกาลสารทไทย กล้วย

ไข่มืองกำแพงเพชร ที่เริ่มมีมาตั้งแต่ปี 2524 สิ่งสำคัญในการพัฒนารูปแบบนี้ ก็คือ การที่จะต้องเลือกวัตถุดิบที่มีในเฉพาะถิ่นที่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง หรืออย่างในกรณีของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัตถุดิบที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ หรือ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการจัดรับรองขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Identifications-GI) ซึ่งสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาประเภทหนึ่ง ที่จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีความเชื่อมโยง (Links) ระหว่างปัจจัยสำคัญสองประการ คือ ธรรมชาติและมนุษย์ กล่าวคือ ชุมชนได้อาศัยลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในแหล่งภูมิศาสตร์ตามธรรมชาติ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ หรือวัตถุดิบเฉพาะในพื้นที่ มาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าในท้องถิ่นของตนขึ้นมา ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่มาจากพื้นที่ดังกล่าว คุณลักษณะพิเศษนี้อาจหมายถึง คุณภาพชื่อเสียงหรือคุณลักษณะเฉพาะอื่นๆ ที่มาจากแหล่งภูมิศาสตร์นั้นๆ ตัวอย่างของการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้วัตถุดิบที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ มีอาทิเช่น ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา (จังหวัดสุราษฎร์ธานี) ที่เป็นที่ยอมรับและเชื่อถือโดยทั่วไป โดยเฉพาะในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐได้มีการผลักดันให้แต่ละจังหวัดต้องมีผลิตภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Identifications-GI) อัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ที่ได้รับการจัดรับรองหรือได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว มีอาทิเช่น

- ข้าวแต่นลำปาง ด้วยจุดเด่นทางภูมิศาสตร์ของ จ.ลำปาง ที่มีพื้นที่เป็นแอ่งกระทะ และมีปริมาณฝนตกต่ำกว่าจังหวัดอื่นในภาคเหนือ ทำให้มีอากาศร้อนอบอ้าวตลอดทั้งปี จึงตากข้าวแต่นได้แห้งสนิท ข้าวแต่นลำปางทำจากข้าวเหนียวพันธุ์ กข.6 (ข้าวเหนียวขาว) หรือข้าวกำ (ข้าวเหนียวดำ) ภูมิปัญญาของชาวล้านนาที่นำข้าวเหนียวมาขึ้นรูป ก่อนจะนำไปตากแห้ง และทอดจนพองตัวสวย ราดด้วยน้ำอ้อย หวานหอม กรอบมัน อร่อยได้ทุกโอกาส

- มะขามหวานเพชรบูรณ์ จ.เพชรบูรณ์ เป็นพื้นที่ปลูกมะขามหวานที่ดีที่สุดของประเทศ ไทย ด้วยพื้นที่มีลักษณะเป็นแอ่งกระทะ มีแม่น้ำป่าสักไหลผ่าน ดินอุดมด้วยฟอสฟอรัส และโปแตสเซียมที่เหมาะสมสำหรับปลูกผลไม้ โดยเฉพาะมะขามหวาน มะขามหวานเพชรบูรณ์มีเปลือกสีน้ำตาลเนียน เนื้อหนา สวยสม่ำเสมอ นุ่มเหนียว ไม่แข็งกระด้าง สาหรักน้อย รสชาติหวานหอม

- ข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์ พื้นที่ปลูกเป็นที่ราบระหว่างภูเขา โอบล้อมด้วยภูเขาทุกทิศทางเป็นวงกลม จึงเป็นที่มาของชื่อ เขาวง พื้นที่เป็นแอ่งกระทะ ดินอุดมด้วยแคลเซียมและซิลิกอน และภูมิอากาศเย็น แห้งแล้ง นาน้อย ทำให้ข้าวเหนียวเขาวงเก็บเกี่ยวเร็วกว่าข้าวอื่น ข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์ เป็นข้าวเหนียวพันธุ์กอเดียว และ กข 6 ปลูกได้เฉพาะนาปี เมื่อนึ่งสุกจะหอมนุ่ม ไม่แฉะติดมือเก็บไว้ในภาชนะปิดก็ยิ่งอ่อนนุ่ม

- ข้าวหอมมะลิสุรินทร์ จ.สุรินทร์ มีแหล่งน้ำธรรมชาติ ดินเป็นดินร่วนปนทรายและดินเหนียว ไม่อุ้มน้ำ มีการกักเก็บถ่ายเทน้ำได้ดี และมีความอุดมสมบูรณ์ต่ำ จึงเหมาะปลูกข้าวหอมมะลิสุรินทร์ ซึ่งเป็นข้าวพันธุ์ชาวดอกมะลิ 105 และพันธุ์ กข.15 ขึ้นชื่อเรื่องกลิ่นหอมตั้งแต่ยังเป็นต้นกล้า เมล็ดเรียวยาว ขาวใส เป็นมัน หุงสุกแล้วมีกลิ่นหอม มีสีขาวสวย สัมผัสนุ่มชุ่มลิ้น กินอร่อย น้ำหมากเმა่ สกกลนคร น้ำหมากเმა่สกกลนคร ผลิตจากผลหมากเმა่หลวงสด ปีบอัดแยกน้ำและกาก เพื่อให้ได้น้ำหมากเმა่แท้ น้ำหมากเმა่พร้อมดื่ม และน้ำหมากเმა่เข้มข้น รสชาติหวานอมเปรี้ยว บรรพชนบนเทือกเขาภูพาน จ.สกกลนคร มักเตรียมน้ำหมากเმა่ เพื่อดื่มระหว่างเดินทางเข้าป่า มีสรรพคุณช่วยแก้ร้อนในและถอนพิษไข้

- ผ้าตีนจกแม่แจ่ม อำเภอมแม่แจ่มเป็นอำเภอล็กๆ ตั้งอยู่ในหุบเขา และมีภูเขาล้อมรอบทิศตะวันออก ติดกับดอยอินทนนท์ มีลำน้ำแจ่มซึ่งเป็นลำน้ำสายหลักไหลผ่านตรงกลาง สองฝากฝั่งจะเป็นชุมชนและหมู่บ้านตั้งอยู่ตามเชิงเขา จากหมู่บ้านจะเป็นทุ่งนาจนถึงริมน้ำ นอกจากนี้ยังมีลำน้ำเล็กๆ

ซึ่งเรียกตามชื่อหมู่บ้านต่างๆที่ลำนํ้าไหลผ่านเช่น นํ้าแม่แรก นํ้าแม่ปาน นํ้าแม่อวม นํ้าแม่ศึก นํ้าแม่วาก นํ้าแม่มะลอ ฯลฯ โดยลำนํ้าทุกสายจะไหลลงลำนํ้าแม่แจ่ม วิถีชีวิตของคนแม่แจ่มส่วนใหญ่จึงผูกพันกับการประกอบอาชีพทางเกษตรและงานทางศิลปหัตถกรรม โดยเฉพาะการทอผ้าตีนจกอันคงเอกลักษณ์ในวิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรม ซึ่งสืบทอดกันมาจากรบรรพบุรุษ ด้วยลักษณะดังกล่าว จึงทำให้ช่างทอตีนจกแม่แจ่ม มีจิตใจเยือกเย็น ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างสรรค์ผลงานที่มีความสวยงามโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น



ภาพที่ 2.23 ผ้าตีนจกแม่แจ่ม

ที่มา : เฟซบุ๊กเพจ GI Thailand

- ส้มโอหอมควนลัง เป็นส้มโอพันธุ์พื้นเมืองที่มีชื่อเสียงของ จ.สงขลา และเป็นหนึ่งในส้มโอที่มีรสชาติดีที่สุดอีกชนิดหนึ่งของไทย แต่ปัจจุบัน แหล่งปลูกในพื้นที่ ต.ควนลัง อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เริ่มน้อยลง ซึ่งจากการออกสำรวจพื้นที่ปลูกส้มโอหอมควนลังที่พันธุ์แท้ดั้งเดิมขณะนี้เหลืออยู่ไม่เกิน ๑,๕๐๐ ต้น จากจำนวนผู้ปลูกแค่ ๕๐ ราย ข้อแตกต่างของส้มโอหอมควนลัง กับส้มโอพันธุ์อื่นๆ คือ ไม่กลายพันธุ์เพราะไม่มีเมล็ด ใช้วิธีขยายพันธุ์โดยการตอนกิ่งอย่างเดียว และมีจุดเด่นอยู่ที่รสชาติที่หวานอมเปรี้ยวไม่เลี่ยนไม่ขม กลีบสีชมพูอมแดง เมื่อรับประทานจะได้รับความหวาน และกลืนส้มโอติดอยู่ที่ปลายลิ้น เนื้อล่อนออกจากเปลือกแคะกินได้ง่าย และส้มโอหอมควนลัง เป็นส้มโอที่มีอายุยืน ให้ผลผลิตต่อเนื่องไม่ต่ำกว่า ๓๐ ปี ส้มโอหอมควนลังมีลักษณะแตกต่างจากส้มโอพันธุ์อื่นอย่างชัดเจน และมีลักษณะประจำพันธุ์ที่เด่นชัด คือ เนื้อผลหรือกึ่งเป็นสีชมพูเข้มจนถึงสีแดง ไม่มีเมล็ด และมีกลิ่นหอมเฉพาะตัว



ภาพที่ 2.24 ส้มโอควนลัง

ที่มา: เฟซบุ๊กเพจ GI Thailand

- ไข่เค็มไชยา ของดีขึ้นชื่อของ จ.สุราษฎร์ธานี เพราะขนาดใหญ่ ไข่แดงร่วนเป็นทราย หอมมัน เนื้อไข่ขาวนุ่ม ไม่เค็มจัด ไม่คาว มีแหล่งผลิตอยู่ที่ อ.ไชยา ด้วยเป็นพื้นที่เลี้ยงเป็ดขนาดใหญ่ และเป็นที่ราบลุ่ม ฝนตกตลอดปี ติดกับชายฝั่ง มีกุ้งหอยปูปลา ซึ่งเป็นแหล่งอาหารที่สมบูรณ์ของเป็ด ทั้งยังเสริมด้วยอาหารข้าวเปลือก เพื่อให้ได้ไข่เป็ดคุณภาพเยี่ยม สำหรับนำไปทำไข่เค็มไชยา



ภาพที่ 2.25 บรรจุภัณฑ์ออกแบบโดยนลินี ทองแท้

- กาแฟเขาทะลุ ต.เขาทะลุ มีสภาพอากาศเป็นแบบพิเศษ คือฝนแปดแดดสี่ เนื่องจากได้รับมรสุมจากฝั่งอ่าวไทย - อันดามัน และมีสภาพดินสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุเชิงเขา กาแฟพันธุ์โรบัสต้าที่ปลูกในพื้นที่ ต.เขาทะลุ ใช้เวลาปลูก ๑๑ เดือน และเก็บเกี่ยวเฉพาะผลสุกสมบูรณ์ด้วยมือก่อนนำไปทำเป็นกาแฟสารและกาแฟคั่วบด ทำให้มีเอกลักษณ์แตกต่างจากกาแฟในพื้นที่อื่น ด้วยความเข้มข้น หกหนักแน่น และกลิ่นหอมเฉพาะตัว

เห็นได้ว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่มีเฉพาะในท้องถิ่นหรือพื้นที่นั้นๆ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเลือกใช้วัตถุดิบที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์ หรือเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อผลักดันให้ได้รับการจัดรับรองขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีส่วนช่วยในการสร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เป็นความร่วมมือ (collaborate) ในแบบต่อยอด ให้เป็นสินค้าที่ระลึกหรือของฝาก ของแหล่งท่องเที่ยว

การต่อยอดที่จะเกิดขึ้นได้ อาทิเช่น การทำครีมสครับขัดผิวจากกากกาแฟเขาทะลุ การพัฒนาเมนูเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของน้ำหมากเฒ่าสกลนคร การสร้างสรรค์เมนูอาหารที่ใช้ส่วนผสมจากข้าวเหนียวเขาวงกาฬสินธุ์ เพื่อจำหน่ายในพื้นที่ท่องเที่ยว ก็เป็นแนวคิดที่จะช่วยให้การต่อยอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ/หรือบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยว มีความหลากหลาย ต่อยอดการจดจำแหล่งท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากมีการนำเอาตรารับรองการเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มาใช้บนฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ หรือแม้แต่การใช้คำรับรองหรือตราสินค้ารับรอง (certified brand) มารับรองบนฉลากหรือบรรจุภัณฑ์ จะช่วยตอกย้ำให้การเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยวมีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ซื้อเชื่อมั่นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ “ต้องซื้อ” จากแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

2.3.3 วัฒนธรรมประจำถิ่น หรือ local culture

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัฒนธรรมประจำถิ่น (Local Culture) เช่น วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารการกินอย่างอาหารหลักของชาวอีสาน คือ ข้าวเหนียว ส่วนอาหารจานหลักเกี่ยวข้องกับข้าวเหนียว ก็คือ ปลาร้า ซึ่ง เป็นปลาที่นำมาหมักกับเกลือ และราหรือข้าวคั่ว นำมาปรุงเป็นอาหารประเภทต่างๆ เช่น น้ำพริก ปลาร้า ข้าวจี ผัดหมี่โคราช แกงอ่อม เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประจำถิ่นเหล่านี้ แม้จะไม่ระบุแหล่งที่มา แต่ก็จะเป็นที่รับรู้กันว่า ของฝากที่จะสามารถหาได้จากแหล่งท่องเที่ยวในแถบภาคอีสาน ก็คือผลิตภัณฑ์จากอาหารการกินเหล่านั้นนั่นเอง ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่จะช่วยสร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยวในภาคอีสาน มักจะเป็นการเน้นย้ำความเป็นวัฒนธรรมประจำถิ่นให้ปรากฏอย่างเด่นชัด เช่น ผัดหมี่โคราช ไม่ว่าจะมียี่ห้อใดก็ตาม

หากได้ระบุว่าเป็นหมีโคราชแล้ว ก็จะเป็นของฝากจากจังหวัดโคราชอย่างแน่นอน ซึ่งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยวเช่นนี้ จะเป็นการสนับสนุนซึ่งกันและกันระหว่างการเป็นของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายส่วนหนึ่งเพื่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เมื่อถึงยังจุดหมายปลายทาง

วัฒนธรรมประจำถิ่น หรือ local culture เหล่านี้ มีอยู่หลากหลายรูปแบบ ได้แก่

- วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและพิธีกรรม ตัวอย่างเช่น ประเพณีสารทเดือนสิบ เป็นงานบุญประเพณีของคนภาคใต้ ของประเทศไทย โดยเฉพาะ ชาวนครศรีธรรมราช ที่ได้รับอิทธิพลด้านความเชื่อ ซึ่งมาจากทางศาสนาพราหมณ์ โดยมีการผสมผสานกับความเชื่อทางพระพุทธศาสนา ซึ่งเข้ามาในภายหลัง โดยวันสารทนี้ เป็นวันที่ถือเป็นคนดี และเชื่อสืบกันมาว่า ญาติที่ล่วงลับไปแล้ว จะมีโอกาส ได้กลับมารับส่วนบุญ จากญาติพี่น้องที่ยังมีชีวิตอยู่ ดังนั้น จึงมีการทำบุญอุทิศส่วนกุศล ไปให้ญาติในวันนี้ และเชื่อว่า หากทำบุญในวันนี้ไปให้ญาติแล้ว ญาติจะได้รับส่วนบุญได้เต็มที่ และมีโอกาสหมดหนี้กรรม และได้ไปเกิดหรือมีความสุข อาจกล่าวได้ว่า ประเพณีสารทเดือนสิบ มีจุดมุ่งหมายสำคัญ เพื่อเป็นการอุทิศส่วนกุศล ให้แก่ดวงวิญญาณของบรรพชนและญาติที่ล่วงลับ ซึ่งได้รับการปล่อยตัวมาจากนรก ที่ตนต้องจองจำอยู่ เนื่องจากผลกรรมที่ตนได้เคยทำไว้ตอนที่ยังมีชีวิตอยู่ โดยจะเริ่มปล่อยตัวจากนรกในทุกวันแรม ๑ ค่ำ เดือน ๑๐ เพื่อมายังโลกมนุษย์ โดยมีจุดประสงค์ในการมาขอส่วนบุญจากลูกหลานญาติพี่น้อง ที่ได้เตรียมการอุทิศไว้ให้เป็นการแสดงความกตัญญูต่อบุคคลที่ตนได้ล่วงลับ หลังจากนั้น ก็จะกลับไปยังนรก ในวันแรม ๑๕ ค่ำ เดือน ๑๐ ช่วงระยะเวลาในการประกอบพิธีกรรม ของประเพณีสารทเดือนสิบ จะมีขึ้นในวันแรม ๑ ค่ำ ถึงแรม ๑๕ ค่ำ เดือนสิบของทุกปี แต่สำหรับวันที่ชาวใต้มักจะนิยมทำบุญกันมากคือ วันแรม ๑๓-๑๕ ค่ำ ประเพณีวันสารทเดือนสิบโดยในส่วนใหญ่แล้ว จะตรงกับเดือนกันยายน

ประเพณีปฏิบัติสำหรับประเพณีสารทเดือนสิบ ก็คือก่อนวันงาน ชาวบ้านจะทำขนมที่เรียกว่า “กระยาสารท” และขนมอื่นๆ แล้วแต่ความนิยมของแต่ละท้องถิ่น ในวันงานชาวบ้านจัดแจงนำข้าวปลาอาหารและข้าวกระยาสารทไปทำบุญตักบาตรที่วัดประจำหมู่บ้าน ทายก ทายิกาไปถือศีล เข้าวัด ฟังธรรม และรักษาศุภศีล นำข้าวกระยาสารท หรือขนมอื่น ไปฝากซึ่งกันและกัน ยังบ้านใกล้เคียง หรือหมู่ญาติมิตรที่อยู่บ้านไกล หรือถามข่าวคราวเยี่ยมเยียนกัน บางท้องถิ่นทำขนม สำหรับบูชา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ แม่พระโพสพ ผีนา ผีไร่ด้วย เมื่อถวายพระสงฆ์เสร็จแล้ว ก็นำไปบูชาตามไร่นา โดยวางตามกิ่งไม้ต้นไม้อื่น หรือที่จัดไว้เพื่อการนั้นโดยเฉพาะ

จากประเพณีสารทเดือนสิบ ได้ผูกโยงมาถึงเรื่องของอาหารและขนมที่ได้ทำขึ้นตามประเพณีในงานบุญ อย่างเช่น ขนมเดือนสิบ มีอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น ขนมพอง เป็นสัญลักษณ์แทนเรือ แพ ที่บรรพบุรุษใช้ข้ามห้วงมหรรณพ เหตุเพราะขนมพองนั้น แผ่นแป้ง มีน้ำหนักเบา ย่อมลอยน้ำ และขึ้นได้ ขนมลา เป็นสัญลักษณ์แทน แพรพรรณ เครื่องนุ่งห่ม เหตุเพราะขนมลา มีรูปทรงดั่งผ้าถัก ทอ พับ แผ่น เป็นผืนได้ ขนมบ้า เป็นสัญลักษณ์แทนลูกสะบ้า สำหรับใช้เล่นต้อนรับสงกรานต์ เหตุเพราะขนมบ้า มีรูปทรงคล้ายลูกสะบ้า ในการละเล่นที่นิยมในสมัยก่อน ขนมตั่ว เป็นสัญลักษณ์แทน เงิน เบี้ย สำหรับใช้สอย เหตุเพราะรูปทรงของขนม คล้ายเบี้ยหอย ขนมกง (ไข่ปลา) เป็นสัญลักษณ์แทน เครื่องประดับ เหตุเพราะรูปทรงมีลักษณะ คล้ายกำไล แหวน

ขนมเหล่านี้ แม้จะหาทานได้ในเวลาอื่นๆ แต่ทว่าในช่วงประเพณีสารทเดือนสิบก็จะได้รับความนิยมเป็นพิเศษ และในปัจจุบันก็ได้มีการพัฒนารูปแบบและการเก็บรักษาให้ยาวนานขึ้น ก็จะเป็นขนมที่ผู้ไปร่วมประเพณีงานบุญ ซื้อหากลับมาเป็นของฝากได้ด้วย นอกจากนี้ ขนมเหล่านี้ก็ยังได้รับ

การพัฒนาในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะต่อการเป็นของฝาก/ของที่ระลึก (ใส่ถุงหรือกล่องให้พกพาหรือนำกลับมาเป็นของฝากได้) และพัฒนาในเรื่องของตราสินค้า (ระบุตราสินค้า ที่มีรายละเอียดสินค้า เบอร์โทรศัพท์) เพื่อให้สามารถติดต่อเพื่อสั่งซื้อเพิ่มเติมหรือจดจำได้ว่าเป็นสินค้าตราयीหือใด เพิ่มความสะดวกในการซื้อซ้ำหรือบอกต่อได้

- วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีความเป็นอยู่ เช่น ความนิยมในการเลี้ยงนกของคนใต้ที่มีมาแต่สมัยโบราณ คนใต้หรือชาวปักษ์ใต้นิยมเลี้ยงนก ๒ ชนิด ไว้ประจำบ้าน คือ นกเขาขาว (นกเขาเล็ก) และนกกรงหัวจุก (ปรอดหัวโขน) ทั้งนี้ เพื่อเอาไว้ฟังเสียงที่ไพเราะ เพื่อสร้างความสุขใจเพลิดเพลิน เพื่อดูเล่นแก้รำคาญเป็นงานอดิเรก อีกทั้งเป็นสิ่งที่เชิดหน้าชูตาในสังคม เพราะมีเพื่อนมากถือเป็นสิริมงคล โชคลาภตามรสนิยมและความเชื่อของท้องถิ่นด้วย ยิ่งปัจจุบันนกมีราคาแพงยิ่งกลายเป็นของล้ำค่ามีราคา โดยเฉพาะนกที่เคยชนะการประกวดซึ่งมีเป็นประจำเกือบทุกปี ซึ่งวัฒนธรรมของการเลี้ยงนกนี้ ได้ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ “ผลิตภัณฑ์กรงนก” เพื่อตอบสนองความต้องการของคนเลี้ยงนกของคนใต้ และในปัจจุบันได้มีการประยุกต์ ดัดแปลง ในผลิตภัณฑ์กลุ่มใหม่ๆ เช่น นำมาเป็นของประดับบ้าน นำมาเป็นรูปทรงของเครื่องเสียง นำมาเป็นรูปทรงของตู้หรือกล่องสำหรับเก็บเครื่องประดับ รวมถึงการนำเอาอัตลักษณ์บางอย่างมาใช้ร่วมกับงานออกแบบเพื่อสะท้อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ/หรือบรรจุภัณฑ์ที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ระลึกของภาคใต้

วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารการกิน ตัวอย่างเช่น ข้าวยา เป็นอาหารจานเดียวของภาคใต้ ที่ได้รับความนิยมและเป็นเอกลักษณ์ของอาหารใต้ ที่ต้องไม่พลาดเมื่อไปเยี่ยมเยือนจังหวัดในแถบภาคใต้ มีเครื่องปรุงสำคัญคือ ข้าวสวย น้ำบูดูหวาน และผักเครื่องปรุงประกอบต่างๆ นำมาคลุกเคล้าหรือ “ยำ” ให้ผสมเข้ากันแล้วจึงรับประทาน น้ำข้าวยา (น้ำบูดูหวาน) คือ น้ำราดที่ผสมปรุงแต่งจากน้ำบูดูขึ้นเป็นพิเศษโดยเฉพาะ มีรสต่างไปจากน้ำบูดูน้ำซ้นที่ขายตามท้องตลาดมีวิธีทำคือ เอาน้ำบูดูมาต้มให้สุกแล้วใส่น้ำตาลโตนดจนน้ำบูดูมีรสหวาน หันหอม ตะไคร้ ใบมะกรูด ฯลฯ ลงไปเพื่อให้ น้ำบูดูมีกลิ่นหอมหวาน จากนั้นต้มเคี่ยวให้นานจนได้รสกลมกล่อมมีกลิ่นหอมชวนกินตามต้องการ ถ้าชิมดูแล้วมีรสเค็มเกินไปก็ต้องเพิ่มน้ำตาล ข้าวยาสามารถจัดให้สวยงามได้ โดยผักเหมือนมีสีต่างๆ กัน ทำให้น่ารับประทาน ข้าวยาใช้ผักทุกอย่างที่เป็นสมุนไพรช่วยขับลม เป็นอาหารที่มีคุณค่าอาหารสูงแต่ราคาถูก

ข้าวยายุคใหม่ยังมีการเพิ่มรสชาติและสีส่นต่างๆ ลงไปเพิ่มอีก เช่นเส้นหมี่ ข้าวตัง ฯลฯ ส่วนข้าวยาทางปัตตานี ยะลา และนราธิวาส นิยมใช้ใบยอตำให้ละเอียดแล้วคั้นเอาแต่น้ำใส่ลงไปในช่วงที่จะหุงด้วย ดังนั้นข้าวเมื่อสุกแล้วจะมีสีคล้ายอย่างสีน้ำใบยอแปลกออกไป ส่วนเครื่องปรุงก็จะคล้ายกับทางสงขลา สำหรับข้าวยาทางสุราษฎร์ธานีมีแปลกออกไปอีกเรียก “ข้าวยาทรงเครื่อง” เนื่องจากมีวิธีปรุงรสแตกต่างออกไป โดยปรุงเครื่องที่เดียวหมดทั้งหม้อข้าวแล้วตักแจกเป็นจานๆ ปัจจุบัน ได้มีการพัฒนาเพิ่มขึ้นในการทำข้าวยา เพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ให้สามารถนำมาเป็นของฝาก



ภาพที่ 2.26 ผลงานออกแบบโดยพัชรภรณ์ ไทยอาจ

ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นโดยใช้วัฒนธรรมประจำถิ่นเช่นนี้ จะเป็นการสนับสนุนซึ่งกันและกันระหว่างการผลิตที่เป็นของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายส่วนหนึ่งเพื่อการบริโภคผลิตภัณฑ์เมื่อถึงยังจุดหมายปลายทาง หรือการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการเข้าถึงแหล่งในการหาซื้อสินค้าพื้นบ้านดั้งเดิม เป็นเส้นที่ช่วยสร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สรวงพร กุศลสง และคณะ (2554) ได้ดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาดใบมะขามเป็นวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาบริบทและทัศนคติของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาดใบมะขามจำนวน 10 รูปแบบ เพื่อส่งเสริมความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากใบมะขาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับการอบรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาดใบมะขาม โดยกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มบุคลากรในจังหวัดเพชรบูรณ์และบุคคลที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น จำนวน 40 คน เครื่องมือในการดำเนินการคือ แบบสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาบริบท และทัศนคติในการซื้อผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเพชรบูรณ์ ต่อจากนั้นดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 2 วัน เกี่ยวกับด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาดใบมะขาม ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกรูปแบบใหม่ และสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มผู้เข้ารับการอบรม ในการได้รับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาดใบมะขาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ยร้อยละ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี ด้านการศึกษาส่วนใหญ่ จบการศึกษาระดับ ม.6 และปวช. ส่วนใหญ่ประกอบ อาชีพธุรกิจส่วนตัว คือ ค้าขาย รับจ้าง และแม่บ้าน ตามลำดับ สินค้าที่ซื้อมากที่สุดคือ สินค้าประเภทตกแต่ง เช่น แผ่นไม้ ดินสอ และประเภทวัตถุดิบทางศิลปะ เช่น พวงกุญแจ โคมไฟ ความเป็นความต้องการในการพัฒนาของที่ระลึก พบว่า สินค้าประเภทของที่ระลึก ควรมีราคาถูก ทันสมัย และสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกของจังหวัดเพชรบูรณ์ สิ่งที่ควรปรับปรุง คือ บรรจุภัณฑ์ โลโก้สินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากกระดาดใบมะขามส่วนใหญ่ ผู้รับการอบรมสนใจในการประดิษฐ์สมุดโน้ต กล่องใส่ของ โคมไฟ โคมบาย เป็นต้น ด้านความพึงพอใจของผู้รับการอบรมอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด หรืออยู่ในเกณฑ์ดีมากเพราะผู้เข้ารับการอบรมส่วนใหญ่สนใจในกิจกรรมที่ทำมาก ผู้เข้ารับการอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปประยุกต์ใช้ในอาชีพของตนเองได้ วัสดุที่ใช้เป็นวัสดุที่หาได้ง่ายจากท้องถิ่น ในการจัดอบรมครั้งต่อไปควรมีการจัดอบรมเกี่ยวกับการประดิษฐ์ตุ๊กตา การจัดทำกระเป๋า การตัดเย็บเสื้อผ้า การทำอาหาร และควรให้ความรู้เกี่ยวกับการตลาดมากขึ้น

ชาฟูเราะห์ สาเฮาะ (2558) ได้ศึกษาการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกจังหวัดสตูล โดยสรุปองค์ประกอบของภาพลักษณ์ของสินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านตราสินค้า ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการสื่อสาร และยังศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านวัตถุประสงค์ของการซื้อของที่ระลึก ด้านประเภทของที่ระลึก ด้านแหล่งข้อมูลในการซื้อของที่ระลึก และด้านสถานที่ซื้อของที่ระลึก โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกจังหวัดสตูล และแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้

สถิติพื้นฐาน และทดสอบความสัมพันธ์ด้วย Chi-square ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านตราสินค้าและด้านการสื่อสารอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนผลการวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกพบว่า ด้านวัตถุประสงค์ของการซื้อของที่ระลึก (ประกอบด้วย เป็นที่ระลึกในการเดินทาง เพื่อเป็นของขวัญ ซื้อตามคำแนะนำ รูปแบบของสินค้าน่าสนใจ และสนับสนุนเศรษฐกิจในท้องถิ่น) มีความสัมพันธ์กับ อายุ (ระหว่าง 21-30 ปี) สถานภาพ (โสด) ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี) จำนวนครั้งของการมาเที่ยว (2-3 ครั้ง) รูปแบบของการเดินทาง (จัดการเดินทางด้วยตนเอง) ด้านแหล่งข้อมูลในการซื้อของที่ระลึก (ประกอบด้วย ป้ายประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว คำบอกเล่าจากญาติ/เพื่อนและคนใกล้ชิด และคำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว/กลุ่มทัวร์) พบว่ามีความสัมพันธ์กับ ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี) อาชีพ (พนักงานบริษัทเอกชน) จำนวนครั้งในการมาเที่ยว (2-3 ครั้ง) ด้านประเภทของที่ระลึก (2 ประเภท คือ ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และประเภทของใช้ของตกแต่ง) พบว่า มีความสัมพันธ์กับ รายได้ต่อเดือน (รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท) ผู้ร่วมเดินทาง (ครอบครัว/ญาติ) และด้านสถานที่ที่ซื้อสินค้า (แหล่งผลิตสินค้าแต่ละประเภท ร้านค้าศูนย์รวมของจังหวัด และบริเวณแหล่งท่องเที่ยว) พบว่ามีความสัมพันธ์กับ อายุ (ระหว่าง 21-30 ปี) สถานภาพ (โสด) และรูปแบบการเดินทาง (การจัดการเดินทางเอง) โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสตูลที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแต่ละครั้ง ไม่เกิน 500 บาท มีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสตูลที่ซื้อของที่ระลึกที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแต่ละครั้ง 501-1,000 บาท และ 1,001-1,500 บาท

อิสราพร ไจระจำง และคณะ (2559) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการซื้อของนักท่องเที่ยว/นักทัศนาจรที่ซื้อหรือเคยซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช สภาพทั่วไปของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกและผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ที่ระลึก พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ระลึก ผลการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นพบว่าส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ภูมิปัญญาของชาวนครศรีธรรมราชที่มีชื่อเสียงมาแต่โบราณ มีประวัติความเป็นมายาวนาน เป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีเอกลักษณ์ มีการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการหลายราย เป็นการสืบสานมรดกแห่งภูมิปัญญาของชาวนครศรีธรรมราช สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์ที่ระลึก คือ ขาดคนสืบทอดการทำผลิตภัณฑ์เนื่องจากมีกรรมวิธีการทำที่สลับซับซ้อน ต้องใช้ความละเอียดปราณีต ประกอบกับไม่มีแรงจูงใจในเรื่องของรายได้ ทำให้คนรุ่นใหม่มีความสนใจน้อย โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 21-30 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาทประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว พฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราชพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อของที่ระลึกประเภทต่าง ๆ ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราชให้ความสำคัญด้านของใช้และของประดับตกแต่ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้วยเหตุผลด้านของฝาก/ของที่ระลึก ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึก 1,000-1,500 บาทต่อครั้ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกจากแหล่งต่าง ๆ จากร้านขายของทั่วไปในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีเหตุผลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกในด้านสืบสานวัฒนธรรมประเพณี ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกช่วง

เทศกาลในวันสารทเดือนสิบ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกให้มีความสำคัญด้านตนเอง ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราชด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านราคา ผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านความสะดวก ในการซื้อด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ หลากหลาย ผลิตภัณฑ์ควรจะพัฒนาให้ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เน้นความสวยงาม คุณภาพดี ความมีคุณค่าในตัวเอง ความมี เอกลักษณ์และมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ตั้งราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ลดราคาในช่วงเทศกาล หาซื้อ สินค้าได้สะดวก การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ การแจกนามบัตรให้แก่กลุ่มเป้าหมาย แนะนำและสาธิตการ รักษาผลิตภัณฑ์รวมถึงจัดหาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ควบคู่กัน การรับประกันคุณภาพ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ ผู้บริโภค และผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้านของใช้และของประดับตกแต่ง เพื่อเป็น ของฝาก/ของที่ระลึก ดังนั้นผู้ประกอบการควรผลิต ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้านของใช้และของประดับตกแต่ง ที่มีคุณภาพดีและมีความหลากหลาย มีการบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ตั้งราคาที่เหมาะสมกับ คุณภาพ วางจำหน่ายในร้านขายผลิตภัณฑ์ที่ระลึกทั่วไปในเขตจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเฉพาะช่วง เทศกาลสารทเดือนสิบและควรมีการจัดร้านที่โดดเด่น น่าสนใจพร้อมกันนี้ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อที่ เข้าถึงผู้บริโภค เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ โบรชัวร์ เพื่อสร้างการรับรู้ในแง่ความมีเอกลักษณ์ของ ผลิตภัณฑ์ที่ระลึกของจังหวัดนครศรีธรรมราช

กฤติกา สายณะรัตน์ชัย และคมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2561) ได้ดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนา ตราสัญลักษณ์ของสินค้าและของที่ระลึกจังหวัดสระแก้ว โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษา ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับตราสัญลักษณ์ของสินค้าและของที่ระลึกของจังหวัดสระแก้ว และเพื่อออกแบบและพัฒนาตราสัญลักษณ์ของสินค้าและของที่ระลึกของจังหวัดสระแก้ว การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (The research and development) ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) คือ การใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดสระแก้ว จำนวน 400 คน โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ทางสถิติ และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) คือ การสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured interview) กลุ่ม ตัวอย่างเป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่ทำงานเกี่ยวข้องกับสินค้าของที่ระลึก ตราสัญลักษณ์ของ สินค้าและของที่ระลึก และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในสระแก้ว จำนวน 5 ท่าน ผลจากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสระแก้วในภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยภาพลักษณ์ด้าน ความรู้สึกเป็นภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวด้านที่ดีที่สุดตามการรับรู้และทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดสระแก้ว รองลงมา ได้แก่ ด้านการรับรู้ และด้านบรรยากาศทางกายภาพ ตามลำดับ ตราสัญลักษณ์ของสินค้าและของที่ระลึกจังหวัดสระแก้วได้จากการผสมผสานภาพของ สถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่น และเป็นตัวแทนของจังหวัดที่ให้นักท่องเที่ยวระลึกถึงจังหวัดสระแก้ว คือ ตลาดโรงเกลือมาบูรณาการเข้ากับสัญลักษณ์ของจังหวัด ทั้งภาพสถานที่ท่องเที่ยว ภาพดอกแก้ว ภาพ ต้นมะขามป้อม ภาพผีเสื้อ และความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดในเรื่องการเป็นเมืองการค้าชายแดน

บงกช สุทัศน์ ณ อยุธยา และคณะ (2561) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมเพื่อ ส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวายโดยชุมชน มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาบริบทและเพิ่มพูน

องค์ความรู้รวมทั้งพัฒนาสินค้าหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวาย 2) ส่งเสริมให้ชุมชนได้เรียนรู้ในการบริหารจัดการและพัฒนาสินค้าหัตถกรรมได้อย่างยั่งยืนตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ และ 3) เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพัฒนาสินค้าหัตถกรรมโดยใช้ศิลปะสร้างสรรค์สู่สินค้านวัตกรรมได้ในอนาคต โดยใช้วิธีศึกษาเชิงพัฒนาและปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ในทางปฏิบัติ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสินค้า (กลุ่มไม้แกะสลัก/กลุ่มของที่ระลึก/กลุ่มจักสาน) เพื่อจำหน่ายในหมู่บ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 คน โดยใช้เทคนิคการประชุมแบบ AIC ได้แก่ การสร้างความรู้ การสร้างแนวทางการพัฒนา และการสร้างแนวทางการปฏิบัติรวมถึงการใช้เทคนิคการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อนำแนวทางที่ได้ไปพัฒนาสินค้าหัตถกรรมสร้างสรรค์ต้นแบบ ผลการวิจัยพบว่า สินค้าหัตถกรรมใหม่ทั้ง 10 ชิ้นซึ่งเกิดจากการสร้างสรรค์ของชาวบ้านซึ่งเป็นผู้ผลิตอย่างแท้จริง ไม่ใช่ขายทุนหรือพ่อค้าคนกลาง จึงนับได้ว่าเป็นการต่อยอดจากสินค้าหัตถกรรมเดิมซึ่งเกิดจากการได้รับความรู้เชิงวิชาการ การถอดองค์ความรู้เพื่อค้นหาสินค้าหัตถกรรมที่เป็นอัตลักษณ์ เพื่อสร้างเรื่องเล่านับเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม เสริมคุณค่าทางการตลาด เสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าหัตถกรรม จัดว่ามีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวาย นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุน ส่งเสริมและหาตลาดรองรับสินค้าหัตถกรรมของชุมชนให้ความช่วยเหลือด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยงซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประกอบด้วย

ปราชญ์ชาวบ้านในชุมชน กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในชุมชน ร้านขายของฝากของที่ระลึก รวมทั้งตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้จากการสุ่มแบบเจาะจงผู้ที่ดำเนินการสนับสนุนการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และชาวบ้านกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่และกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล โดยมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่า 3 ปี หรือพักอาศัยในพื้นที่มากกว่า 10 ปี ซึ่ง ประกอบด้วย

1) กลุ่มตัวอย่าง ในการสนทนากลุ่มย่อยเพื่อศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล และเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อของฝากของนักท่องเที่ยว ในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล ประกอบด้วย ร้านขายของฝากของที่ระลึก ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล กลุ่มผลิตภัณฑ์ในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล ได้แก่ 1) กลุ่มเค้กจำปาตะ 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก 5) กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย

2) กลุ่มตัวอย่างในการทดลองผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยกลุ่มหัตถกรรม 5 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มเค้กจำปาตะ 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก 5) กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย

3) กลุ่มตัวอย่าง ในการประเมินความพึงพอใจ ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง ระหว่างเดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม 2562 (ปลายฝนต้นหนาว)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การออกแบบของที่ระลึกเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง ตลอดจนการวิจัยใช้การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนหัตถกรรมในบริเวณใกล้เคียงอุทยานธรณีสตูล โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมในกระบวนการวิจัยร่วมสกัดอัตลักษณ์พื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล จากนั้นร่วมตัดสินใจคัดเลือกผลงานโดยวิธีการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยเป็นลำดับขั้นตอนของการออกแบบและการพัฒนา (Design and Development Work Flow) โดยใช้วิธีกระบวนการวิจัยแบบผสม (Mixed method) ที่ให้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ (Quantitative) และเชิงคุณภาพ (Qualitative) และดำเนินการวิจัยโดยประยุกต์กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) (Creswell and Clark, 2007) เพื่อให้เกิดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งการดำเนินงานแบ่งเป็น 4 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การเตรียมการดำเนินงานและออกแบบร่าง ประกอบด้วยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีการวิจัยและออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม การออกแบบของที่ระลึก การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน การเตรียมความพร้อมของนักวิจัย การลงพื้นที่สำรวจข้อมูลเบื้องต้น การวางแผนการดำเนินงาน ออกแบบเครื่องมือเพื่อเก็บข้อมูลการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ขั้นตอนการศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง อัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย ลักษณะของทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมพื้นถิ่น เพื่อให้ได้มาซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต รูปร่าง-รูปทรงของผลิตภัณฑ์ รูปแบบการใช้งาน ที่สอดคล้องกับกระบวนการผลิตหรือเครื่องมือของกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่เชื่อมโยงได้ ตลอดจน การศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง ในด้านต่างๆ เช่น เพศ อายุ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง รูปแบบที่พักอาศัย ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อของที่ระลึก อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ เป็นต้น

2) ขั้นตอนการจัดประชุมสำรวจความต้องการในการออกแบบ (Design requirement) เพื่อศึกษาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อวิเคราะห์และเชื่อมโยงอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลเข้ากับศักยภาพในการสร้างสรรค์และกระบวนการผลิตของที่ระลึก โดยใช้กิจกรรมการประชุมระดมความคิดเห็นร่วมกับกลุ่มหัตถกรรมชุมชน เพื่อออกแบบร่างของที่ระลึก (Idea Sketch) ทดลองขึ้นแบบร่าง (Mock up) วิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบและกระบวนการผลิตร่วมกัน

ระยะที่ 2 การดำเนินการพัฒนาแบบและจัดทำต้นแบบ

1) ขั้นตอนออกแบบพัฒนา (Development Design) โดยออกแบบพัฒนาของที่ระลึกที่เน้นความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล และพื้นที่เชื่อมโยง ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญา และศักยภาพด้านการผลิต แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์ของใช้ โดยประกอบด้วย 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ 1) กลุ่มเค้กจำปาตะ 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก 5) กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย

2) ขั้นตอนการวิเคราะห์และสรุปผลแนวทางในการออกแบบและกระบวนการผลิต ด้วยการเขียนแบบภาพเหมือนจริงของผลิตภัณฑ์ (Rendering) สร้างแบบจำลอง (Model) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และด้านการตลาด จำนวน 3 คน ประเมินประสิทธิภาพด้านการออกแบบและการสื่อสารภาพลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง วิเคราะห์ผลและปรับปรุงแบบโดยมีขั้นตอนการตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 ประเภท คือ ตรวจเชื้อเพื่อทดสอบอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อาหาร ณ ห้องปฏิบัติการกลาง สาขา สงขลา บริษัท ห้องปฏิบัติการกลาง (ประเทศไทย) จำกัด เลขที่ 9/116 ถนนกาญจนวนิชย์ ตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 90110 ประกอบด้วยรายการตรวจเชื้อ 5 รายการประกอบด้วย Total viable count , salmonella, staphylococcus aureus, Escherichia coli , Yeast & Mold และตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก (มผช.611/2558) ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว (มผช. 8/2560) ผลิตภัณฑ์จักสานจากต้นคลุ้ม (มผช.188/2556) ผลิตภัณฑ์ประดิษฐ์จากกระดาศ (มผช. 651/2560)

3) ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยการศึกษาประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 367) พ.ศ. 2557 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และฉลาก บรรจุภัณฑ์

3.1) ออกแบบร่าง (Sketch Design) ศึกษาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ทางด้านลักษณะทางกายภาพ และคุณสมบัติทางเคมี การกำหนดขนาดสัดส่วน โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ลักษณะการใช้งาน การปกป้องคุ้มครองสินค้า การอำนวยความสะดวกในการขนส่ง

3.2) ออกแบบพัฒนา (Development Design) กำหนดวัสดุจากผลการศึกษาลักษณะทางกายภาพและคุณสมบัติทางเคมี กำหนดการพิมพ์ (Specification Artwork)

3.3) ทดสอบการใช้งาน (Mock up)

3.4) ผลิตต้นแบบ (Prototype)

3.5) กำหนดราคาขาย

ระยะที่ 3 ขั้นตอนการทดสอบตลาดและถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบและกระบวนการผลิต โดยการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ สถานประกอบการของแต่ละกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง จำนวน 5 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มเค้กจำปาตะ 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก 5) กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย และเผยแพร่ให้กับประชาชนทั่วไปที่สนใจ และสมาชิกชุมชนหัตถกรรม ในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง สังเคราะห์ วิเคราะห์ การสรุปผลการดำเนินงาน และประเมินผล (Conclusion and Evaluation) การบันทึก ข้อมูลรายงาน การจัดเก็บต้นฉบับ และการนำเสนอเผยแพร่เพื่อทำเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์ และเสนอผลงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

- 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเกี่ยวกับอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก เพื่อใช้ประกอบการออกแบบของที่ระลึก
- 2) แบบบันทึกข้อมูลพื้นฐานของสถานประกอบการ แบบประเมินความต้องการของสถานประกอบการเกี่ยวกับการพัฒนาของที่ระลึก
- 3) แบบประเมินประสิทธิภาพของที่ระลึก
- 4) แบบประเมินความพึงพอใจของที่ระลึกจากนักท่องเที่ยว

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

- 1) การสัมภาษณ์ปราชญ์ชาวบ้านและบุคคลที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก
- 2) การบันทึกข้อมูลและการสำรวจความคิดเห็นของสถานประกอบการด้วยแบบประเมินความต้องการพัฒนาของที่ระลึก รวมทั้งการ work shop ร่วมกันออกแบบของที่ระลึก
- 3) การประเมินประสิทธิภาพของที่ระลึก โดยที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านของที่ระลึก
- 4) การสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อของที่ระลึกที่พัฒนาขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

- 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ และการบันทึกข้อมูลของผู้ประกอบการ
- 2) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ด้วยสถิติพื้นฐาน คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความต้องการของผู้ประกอบการ ประสิทธิภาพของที่ระลึก และความพึงพอใจ โดย

ความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวนั้นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- 5 หมายถึง มีความพึงใจในระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

และกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยดังนี้

- 4.51-5.00 หมายถึง มีความพึงใจในระดับมากที่สุด
- 3.51-4.50 หมายถึง มีความพึงใจในระดับมาก
- 2.51-3.50 หมายถึง มีความพึงใจในระดับปานกลาง
- 1.51-2.50 หมายถึง มีความพึงใจในระดับน้อย
- 1.00-1.50 หมายถึง มีความพึงใจในระดับน้อยที่สุด

บทที่ 4

ผลการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้คือ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง และ 3) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง การวิจัยดังกล่าวเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Method) โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพในการดำเนินการศึกษาอัตลักษณ์และศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มย่อย กับกลุ่มผู้ดำเนินการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน และภาคีที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งมีแบบสอบถามสัมภาษณ์และประเด็นการสนทนากลุ่มย่อยเป็นเครื่องมือ จากนั้นดำเนินการพัฒนาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง ให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความนิยมภายใต้อัตลักษณ์และภูมิปัญญาของอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล จากนั้นดำเนินการประเมินประสิทธิภาพของที่ระลึกจากผู้เกี่ยวข้องโดยมีแบบประเมินประสิทธิภาพของที่ระลึกเป็นเครื่องมือ พร้อมทั้งประเมินความพึงพอใจของที่ระลึกจากนักท่องเที่ยว โดยมีแบบประเมินความพึงพอใจของที่ระลึกจากนักท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ

การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยงสามารถนำเสนอผลการศึกษาได้ตามวัตถุประสงค์ประกอบด้วย ผลการศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง ผลการพัฒนาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง และผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง คณะผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ผลการวิจัยออกเป็น 3 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง มี 2 ส่วน คือ

1) ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง ได้แก่

1.1) อัตลักษณ์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ อายุ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อของที่ระลึก อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

1.2) อัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ประกอบด้วย 1) กลุ่มหมู่เกาะ ได้แก่ เกาะไข่ เกาะหินงาม เกาะเขาใหญ่ 2) กลุ่มภูเขา ได้แก่ ถ้ำเลสเตโกดอล ถ้ำภูเขาเพชร 3) กลุ่มวิถีชีวิต ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ พืชพื้นถิ่น สถาปัตยกรรม ศาสนสถาน อาหาร คำขวัญประจำจังหวัด

1.3) อัตลักษณ์เชิงผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) กลุ่มเค้กจำปาตะ 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก 5) กลุ่มประดิษฐ์วาวควาย

2) การถอดแบบร่างอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

ตอนที่ 2 ผลการพัฒนาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

1) การถ่ายทอดองค์ความรู้กระบวนการถอดอัตลักษณ์และการนำไปใช้ในการออกแบบ

2) การระดมความคิดเห็นและออกแบบร่างผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 3 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์จากจำปาตะ 2) ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว 3) ผลิตภัณฑ์จากต้นคลุ้ม 4) ผลิตภัณฑ์บาติก 5) ผลิตภัณฑ์จากวาวควาย

2) ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์
โดยมีรายละเอียดแต่ละตอนดังนี้

4.1 ผลการศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

4.1.1 ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

4.1.1.1 อัตลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์ของการซื้อของที่ระลึก (ประกอบด้วย เป็นที่ระลึกในการเดินทาง เพื่อเป็นของฝาก ซื้อตามคำแนะนำ รูปแบบของสินค้าน่าสนใจ และสนับสนุนเศรษฐกิจในท้องถิ่น) มีความสัมพันธ์กับอายุ (ระหว่าง 21-30 ปี) สถานภาพ (โสด) ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี) จำนวนครั้งของการมาเที่ยว (2-3 ครั้ง) รูปแบบของการเดินทาง (จัดการเดินทางด้วยตนเอง) ด้านแหล่งข้อมูลในการซื้อของที่ระลึก (ประกอบด้วย ป้ายประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว คำบอกเล่าจากญาติ/เพื่อนและคนใกล้ชิด และคำแนะนำจากบริษัทนำเที่ยว/กลุ่มทัวร์) พบว่ามีความสัมพันธ์กับ ระดับการศึกษา (ปริญญาตรี) อาชีพ (พนักงานบริษัทเอกชน) จำนวนครั้งในการมาเที่ยว (2-3 ครั้ง) ด้านประเภทของที่ระลึก (2 ประเภท คือ ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และประเภทของใช้ของตกแต่ง) พบว่า มีความสัมพันธ์กับ รายได้ต่อเดือน (รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท) โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสตูลที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแต่ละครั้ง ไม่เกิน 500 บาท มีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสตูลที่ซื้อของที่ระลึกที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแต่ละครั้ง 501-1,000 บาท และ 1,001-1,500 บาท (ซาฟุเราะห์ สาเฮาะ. 2558 : 123)

4.1.1.2 อัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ประกอบด้วย 1) กลุ่มหมู่เกาะ ได้แก่ เกาะไข่ เกาะหินงาม เกาะเขาใหญ่ 2) กลุ่มภูเขา ได้แก่ ถ้ำเลสเตโกดอน ถ้ำภูผาเพชร 3) กลุ่มวิถีชีวิต ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ พืชพื้นถิ่น สถาปัตยกรรม ศาสนสถาน อาหาร คำขวัญประจำจังหวัด

อุทยานธรณีโลกสตูลนั้น เกิดจากการพบกรมช้าง “สเตโกดอน” โดยบังเอิญในพื้นที่ โดยเมื่อช่วงเดือนเมษายน พ.ศ. 2551 ชาวบ้านกลุ่มหนึ่งประมาณ 5 คน นำโดย นายยุทธนันท์ แก้วพิทักษ์ เป็นชาวบ้านจากอำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง เข้าไปดำน้ำเพื่อหาถังก้ามกรามใน “ถ้ำวังกล้วย” ซึ่งตั้งอยู่ในเขตบ้านคีรีวง ตำบลทุ่งหว้า อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล ซึ่งห่างจากอำเภอปะเหลียนไม่ถึง 40 กิโลเมตร ในขณะที่กำลังดำน้ำบังเอิญได้ไปพบกับวัตถุชิ้นหนึ่งมีลักษณะเป็นสีน้ำตาลไหม้ น้ำหนักประมาณ 5.3 กิโลกรัม ยาวประมาณ 44 เซนติเมตร สูงประมาณ 16 เซนติเมตร จากนั้นนำมามอบให้องค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งหว้า เพื่อดำเนินการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ ก่อนนำมาพิสูจน์ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ พบว่าวัตถุชิ้นนั้นเป็นฟอสซิลกระดูกฟันกรามของช้าง “สเตโกดอน” ที่มีชีวิตอยู่ในยุคไมโอซีนตอนปลายถึงต้นยุคไพลสโตซีน มีอายุประมาณ 1.8 ล้านปีมาแล้ว เป็นช้างรุ่นที่ 6 ในวิวัฒนาการของสัตว์ตระกูลช้างที่มีอายุเก่าแก่กว่าช้าง “แมมมอธ” (รุ่นที่ 8-อายุราว 20,000 ปีก่อน) จากนั้นนายกองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งหว้า (นายกณรงช์ ทุ่งปรือ) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของฟอสซิลดังกล่าว และพัฒนาถ้ำวังกล้วยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวพร้อมกับตั้งชื่อถ้ำดังกล่าวว่า “ถ้ำเลสเตโกดอน” ตามลักษณะของถ้ำที่มีธารน้ำไหลผ่าน ผวนวกกับชื่อของซากฟอสซิลกรามช้างสเตโกดอนที่ประสบพบเจอในถ้ำแห่งนี้ การพัฒนาพื้นที่อุทยานธรณีสตูลได้ดำเนินการหลังจากการค้นพบฟอสซิลกรามช้างสเตโกดอน ซึ่งการดำเนินการได้รับการสนับสนุนจากหลายภาคส่วนร่วมกันบูรณาการในส่วนที่ตนเองมีความเชี่ยวชาญ โดยเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบลทุ่งหว้า และกรมทรัพยากรธรณี ทั้งนี้การดำเนินการพัฒนามีเป้าหมายร่วมกันเพื่อให้อุทยานธรณีสตูลก้าวสู่อุทยานธรณีโลก ดังนั้นการกำหนด

แนวทางการดำเนินงานจึงมีแนวคิดสอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินของยูเนสโก (UNESCO) จากการทำ
 งานดังกล่าวทำให้พบซากฟอสซิลอีกหลายชนิดในหลายพื้นที่ ได้แก่ ไทรโลไบต์ (Trilobite) สโตร
 มาโตไลต์ (Stromatolite) นอติลอยด์ (Noutiloid) แบรคิโอพอด (Brachiopod) แกรปโตไลต์
 (Graptolite) และแอมโมไนต์ (Ammonite)



ไทรโลไบต์ (Trilobite)



สโตรมาโตไลต์ (Stromatolite)



นอติลอยด์ (Noutiloid)



แบรคิโอพอด (Brachiopod)



แกรปโตไลต์ (Graptolite)



แอมโมไนต์ (Ammonite)

ภาพที่ 4.1 ซากฟอสซิลที่พบเจอในจังหวัดสตูล

นอกจากฟอสซิลที่มีความโดดเด่นตามธรรมชาติแล้วยังพบว่า ดินในพื้นที่อุทยานธรณีมีความ
 อุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุนานาชนิด พืชผลที่ปลูกในพื้นที่จึงมีความสวยงามและมีผลผลิตที่ดีกว่าพื้นที่อื่น
 และด้วยความอุดมสมบูรณ์จึงส่งผลให้ต้นคูนที่ขึ้นเองโดยธรรมชาติ ทำให้ชาวบ้านในพื้นที่นำมาสานขึ้น
 รูปเป็นเครื่องใช้รูปแบบต่าง ๆ ที่สวยงามและแข็งแรง อีกทั้งยังพบว่าในพื้นที่อุทยานธรณีจังหวัดสตูลใน
 เวลานั้นยังมีวัฒนธรรมที่มีความสอดคล้องกับแผ่นดินที่มีอายุมากกว่า 500 ล้านปี และยังมีภาพถ่ายทอด
 วัฒนธรรมดังกล่าวจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งอาจจะแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมด้านชาติพันธุ์ที่ประกอบด้วย ชาวมานีที่
 อาศัยอยู่ในผืนป่าบนเทือกเขาบรรทัด เขตอำเภอมะนัง จังหวัดสตูล และชาวสุรักกรไวยที่เป็นกลุ่มชาวมอ
 แกนดั้งเดิมที่อาศัยอยู่บนอุทยานหมู่เกาะตะรุเตา นอกเหนือจากวัฒนธรรมด้านชาติพันธุ์ยังพบ
 วัฒนธรรมประเพณีที่สืบทอดกันมาจากรากอดีตจนถึงปัจจุบันประกอบด้วย ประเพณีลอบเรือ และพิธีไหว้ผี
 โป่ จากความอุดมสมบูรณ์ทางด้านธรณีวิทยา รวมถึงคุณค่าทางด้านโบราณคดี นิเวศวิทยา และ
 วัฒนธรรม จึงผ่านการประเมินและแต่งตั้งให้เป็นอุทยานธรณีโลกสตูลซึ่งเป็นแห่งแรกในประเทศไทย
 จากการประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานทุกภาคส่วน กรอบกับความโด
 เด่นของพื้นที่ด้านธรณีวิทยา รวมถึงคุณค่าทางด้านโบราณคดี นิเวศวิทยา และวัฒนธรรมข้างต้น
 สามารถนำเสนอผลการศึกษาดังกล่าวเชิงพื้นที่ที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มหมู่เกาะ กลุ่มภูเขา และกลุ่มวิถีชีวิต

1) กลุ่มหมู่เกาะ

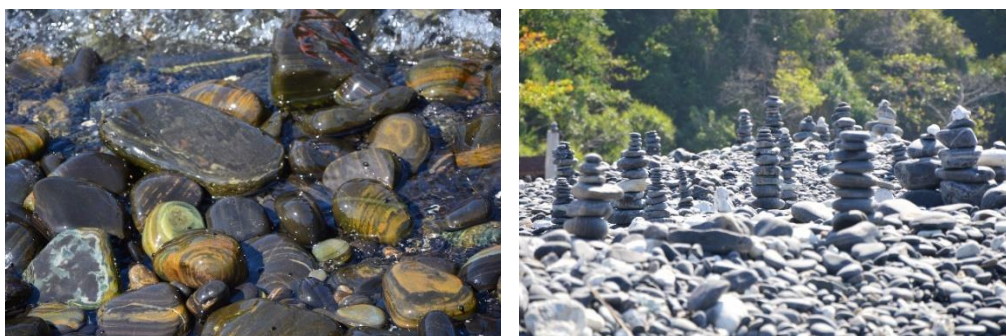
เกาะในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล ตั้งอยู่ในทะเลอันดามันภายใต้การควบคุมดูแลของอุทยานแห่งชาติตะรุเตา และอุทยานแห่งชาติหมู่เกาะเภตรา จากการศึกษาอัตลักษณ์พื้นที่หมู่เกาะโดยการสนทนากลุ่มย่อย พบว่า หมู่เกาะในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลโดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจากชาวไทยและต่างชาติอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะเกาะไข่ เกาะหินงาม และเกาะเขาใหญ่ (ปราสาทหินพันยอด) ซึ่งแต่ละเกาะมีความโดดเด่นทางกายภาพธรณีวิทยาแตกต่างกัน ส่งผลให้มีอัตลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่น ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1) เกาะไข่ ถือเป็นสัญลักษณ์แห่งการท่องเที่ยวของจังหวัดสตูล เกาะด้านเหนือมีซุ้มหินชายฝั่งเกิดจากคลื่นทะเลซัดมีลักษณะที่สวยงามแปลกตา ลักษณะหินส่วนใหญ่เป็นหินทรายมีโครงสร้างรอยแตกฉีกหลายทิศทาง และในช่องรอยแตกดังกล่าวมักมีสารเหลืออกไซด์เข้าไปสะสมตัวอยู่ และมีความแข็งแรงทนทานต่อการสึกกร่อนสูงกว่าเนื้อหินทราย อีกทั้งยังมีเรื่องราวเล่าว่าในอดีตเป็นพื้นที่วางไข่ของเต่าทะเล



ภาพที่ 4.2 เกาะไข่

1.2) เกาะหินงาม เป็นเกาะขนาดเล็กมีชายหาดหินกรวดสีดำลวดลายสวยงามโดยเฉพาะเมื่อสัมผัสกับน้ำทะเลจะเป็นประกายสวยงามการเกิดหาดกรวดหินงาม เกิดจากการเกิดสันดอนกรวดมนนี้มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางธรณีวิทยา สามารถติดตามหาแหล่งกำเนิดได้บริเวณด้านใต้ของเกาะ กระแสน้ำทำให้หินโผล่ของหิน “ฮอร์นเฟลส์” ที่มีแนวแตกหลายแนว แตกออกเป็นเศษก้อนหินเหลี่ยมจากกระแสน้ำ เกิดกระแสน้ำเลียบชายฝั่งไหลอ้อมไปจนถึงบริเวณสันดอนกรวดมน ตลอดระยะทางของกระแสน้ำเลียบชายฝั่งทำให้อ่อนหินเกิดการขัดสีทำให้กร่อนมีขนาดเล็กลงตามระยะทาง และ มีความกลมมนมากขึ้นจนไปสะสมตัวบริเวณสันดอนกรวด



ภาพที่ 4.3 เกาะหินงาม

1.3) เกาะเขาใหญ่ (ปราสาทหินพันยอด) ลักษณะเป็นเทือกเขาหินปูน ซึ่งในอดีตอยู่ใต้ทะเลและได้รับการกัดเซาะหินปูนจากน้ำทะเลจนกลายเป็นรูโพรงมากมายและเกิดการขยายใหญ่ขึ้นจากนั้นเกิดการเคลื่อนไหวของเปลือกโลก ส่งผลให้หินปูนดังกล่าวถูกยกตัวขึ้น จากนั้นส่วนบนของโพรง

ดังกล่าวโดนน้ำฝนกัดเซาะและรับน้ำหนักไม้ไผ่ส่งผลให้เกิดเป็นหลุมยุบ และรอบ ๆ มีหินลักษณะคล้ายยอดปราสาท เกิดความโดดเด่นทางธรรมชาติที่มีหนึ่งเดียวในประเทศ และยังรอบล้อมด้วยน้ำทะเลเขียวใสจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรณีที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ และในระแวงนั้นยังมีถ้ำฟอสซิลที่มีลักษณะหินเป็นรูปหัวใจได้รับการเรียกขานจากนักท่องเที่ยวว่า “หัวใจในมรกต”

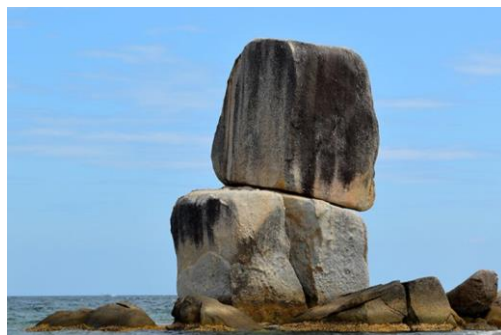


ภาพที่ 4.4 เกาะเขาใหญ่ (ปราสาทหินพันยอด)

เมื่อพิจารณารายละเอียดของอัตลักษณ์ในกลุ่มหมู่เกาะสามารถพบเจออัตลักษณ์อื่น ๆ ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมของกลุ่มหมู่เกาะ ดังนี้



ประภาคารบนเกาะเขาใหญ่ ตั้งอยู่บนโขดหินขนาดใหญ่ ที่คอยส่องสว่างให้กับนักเดินเรือและชาวประมง



โขดหินขนาดใหญ่ที่เกิดจากหิน 2 ก้อนซ้อนกัน เป็นสัญลักษณ์ที่มักปรากฏในภาพถ่ายผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อแสดงถึงเกาะหลีเป๊ะ



เกาะหินงามมีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมักจะทำร่วมกันคือการจัดวางก้อนหินให้เรียงต่อกันในแนวตั้ง แม้ปัจจุบันจะมีการห้ามวางหินในลักษณะดังกล่าวเพื่อป้องกันการล้มแตกหัก แต่ภาพดังกล่าวก็ยังปรากฏตามสื่อต่างๆ เพื่อสื่อถึงสัญลักษณ์ของเกาะหินงาม



กิจกรรมดำน้ำตื้นในเกาะต่างๆ ของจังหวัดสตูล เป็นกิจกรรมยอดนิยมของนักท่องเที่ยว จึงมักปรากฏสัตว์น้ำ เช่น ปลาการ์ตูน และประภากรังสีอันสวยงามที่อยู่ในระดับน้ำตื้นให้นักท่องเที่ยวได้พบเห็น



ปราสาทหินพันยอดเป็นสถานที่ๆ ปรากฏตามสื่อต่างๆ ที่แสดงให้เห็นเอกลักษณ์ของสถานที่ๆ เป็นเขาหินปูน เกิดเป็นรอยแยกแตกของหินที่กลายเป็นรูปทรงและลวดลายเอกลักษณ์



เรือหัวโทงในจังหวัดสตูลนิยมใช้บริการขนส่งนักท่องเที่ยวในบริเวณเกาะหลีเป๊ะ ในอดีตจังหวัดสตูลมีชาวบ้านต่อเรือใช้เอง แต่ปัจจุบันความชำนาญในการต่อเรือนำไปใช้ในการทำเรือก๋าลองและซ่อมแซมเรือที่มีการใช้ในพื้นที่

2) กลุ่มภูเขา

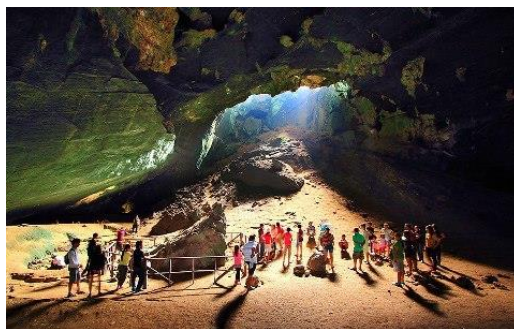
ภูเขาที่มีความโดดเด่นด้านธรณีในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล หมายถึงทรัพยากรบริเวณภูเขา โดยเฉพาะถ้ำต่าง ๆ ในพื้นที่ ที่มีหินงอกหินย้อยยังมีซากสัตว์ดึกดำบรรพ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอทุ่งหว้า และอำเภอมะนัง จากการศึกษาอัตลักษณ์พื้นที่กลุ่มภูเขาในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล โดยการสนทนากลุ่มย่อย เพื่อดึงอัตลักษณ์เชิงกายภาพ พบว่า ภูเขาในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลโดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวจากชาวไทยและต่างชาติอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะถ้ำเลสเตโกดอน และถ้ำภูผาเพชร ซึ่งมีอัตลักษณ์เฉพาะที่โดดเด่น ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1) ถ้ำเลสเตโกดอน เป็นถ้ำอยู่ในเทือกเขาหินปูนทอดยาวมีลักษณะคล้ายอุโมงค์ใต้ภูเขา ภายในถ้ำมีลักษณะคดเคี้ยวมีระยะทางจากปากถ้ำจนถึงทางออก ประมาณ 4 กิโลเมตร สิ่งที่น่าสนใจของถ้ำแห่งนี้ที่สำคัญคือการพบซากดึกดำบรรพ์ของช้าง และ แรดสมัยไพลสโตซีน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ช้าง สกุล สเตโกดอน ซึ่งเป็นที่มาของการเรียกชื่อถ้ำแห่งนี้ว่า “ถ้ำเล สเตโกดอน” ซากดึกดำบรรพ์ดังกล่าวเป็นซากกระดูกขากรรไกรพร้อมฟันกราม ซี่ที่ 2 และ 3 ด้านล่างขวาของขากรรไกรดึกดำบรรพ์เชื่อกันว่าการพบเจอฟันกรามช้างสกุล สเตโกดอน เป็นจุดกำเนิดเรื่องราวการศึกษาค้นคว้าทางธรณีวิทยาในจังหวัดสตูล โดยใช้การบูรณาการทุกภาคส่วน



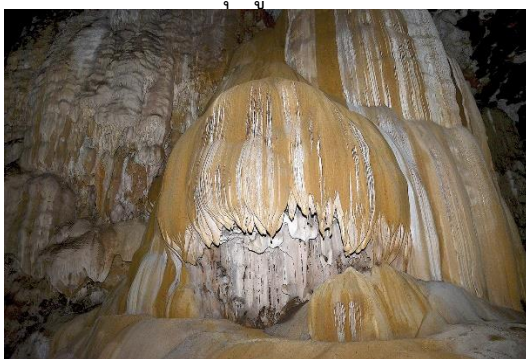
ภาพที่ 4.5 ถ้ำเลสเตโกดอน และช้างสเตโกดอน

2.2) ถ้ำภูผาเพชร เป็นถ้ำหินปูนขนาดใหญ่ หินงอกหินย้อยที่พบภายในถ้ำมีความสวยงาม บางบริเวณยังมีน้ำหยดซึ่งก่อให้เกิดหินงอกหินย้อยได้ตลอดทั้งปี นอกจากนี้ผนังถ้ำบางบริเวณยังพบซากดึกดำบรรพ์ของแบคทีเรีย (สโตรมาโตไลต์) และหมึกทะเลโบราณ (นอติลอยด์) ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ว่าหินปูนบริเวณถ้ำภูผาเพชรนี้มีอายุอยู่ในช่วงยุคออร์โดวิเซียน หรือเมื่อประมาณ 450 ล้านปีมาแล้ว และยังพบเศษภาชนะเครื่องปั้นดินเผา บ่งบอกถึงการอยู่อาศัยของมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์



ภาพที่ 4.6 ถ้ำภูผาเพชร

เมื่อพิจารณารายละเอียดของอัตลักษณ์ในกลุ่มภูเขาสามารถพบเจออัตลักษณ์อื่นๆ ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมของกลุ่มภูเขา ดังนี้



หินย้อยในถ้ำเลสเทโกดอนที่ปรากฏแสดงให้เห็นเส้นสายที่เกิดจากการหยดของถ้ำที่ไหลเข้ามาในถ้ำเป็นจุดไฮไลท์ที่มีชื่อเรียกต่างกัน เมื่อมีการสะท้อนของแสงไฟจะปรากฏแสงระยิบระยับสะท้อนจากแร่ธาตุที่อยู่บนหินย้อย



ดอกลำพู ปรากฏอยู่สองริมฝั่งเมื่อพายเรือออกมาจากถ้ำเลสเทโกดอน



กิจกรรมพายเรือแคนู ที่ใช้เป็นพาหนะสัญจรบางช่วงภายในถ้ำเลสเทโกดอน และเมื่อออกมาจากถ้ำนักท่องเที่ยวสามารถพายเรือชมป่าโกงกางและทิวทัศน์รอบๆสองฝั่งเพื่อไปยังจุดอื่นๆ



ฟอสซิลรูปร่างต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของอุทยานธรณีโลก



เขียดว้าก สัตว์ที่ปรากฏในพื้นที่ชุ่มน้ำหรือบริเวณป่าเขามีมากในจังหวัดสตูลโดย

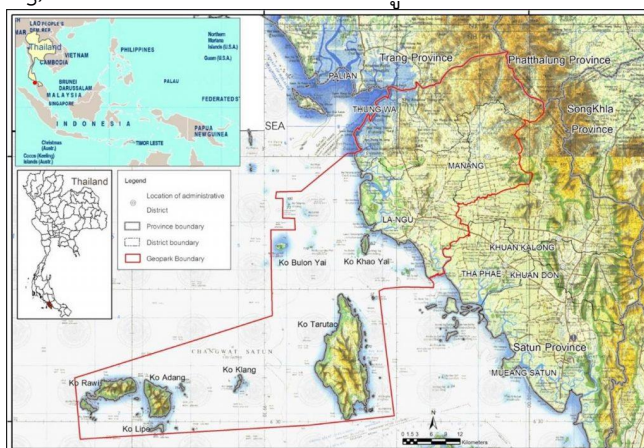


ช้างเลสโตโกดอนสัญลักษณ์ของถ้ำซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชอบผจญภัย

3) กลุ่มวิถีชีวิต

คณะผู้วิจัยสรุปข้อมูลจากวิทยาลัยชุมชนสตูล (2555) ประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ได้แก่ พื้นที่เชื่อมโยงอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล กลุ่มชาติพันธุ์ สถาปัตยกรรมท้องถิ่น ศาสนสถาน พืชพื้นถิ่น อาหาร สัญลักษณ์ประจำจังหวัด คำขวัญประจำจังหวัด

3.1) พื้นที่เชื่อมโยงอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล ในการวิจัยครั้งนี้มีพื้นที่เชื่อมโยงอุทยานธรณีโลกทั้งหมด 4 อำเภอ ตามแผนที่กำหนดอาณาเขตพื้นที่อุทยานธรณีสตูล ซึ่งประกอบด้วย 1) อำเภอเมืองสตูล ชื่อเดิมคืออำเภอมำบัง ต่อมาเปลี่ยนชื่อมาบังนังคะราเป็นจังหวัดสตูล เพื่อให้สอดคล้องกับการปกครองแบบมณฑลเทศาภิบาล ล่วงมาพ.ศ. 2482 ให้เปลี่ยนชื่ออำเภอซึ่งเป็นที่ตั้งศาลากลางจังหวัดเป็นอำเภอเมืองทั่วไป 2) อำเภอละงู เคยเป็นท่าเรือสำคัญ มีความสำคัญอันดับรองไปจากมาบังนังคะรา มีพื้นที่ครอบคลุมไปทางตอนเหนือคือสุโงเมาะห์ (ทุ่งหว้า) เมื่อเมืองสตูลถูกโอนไปขึ้นต่อมณฑลภูเก็ต ละงูได้รับการยกฐานะเป็นอำเภอเมื่อปี พ.ศ. 2473 3) อำเภอทุ่งหว้า มีชื่อเดิมคือสุโงเมาะห์ตั้งตามชื่อคลองสายหนึ่ง แปลว่าคลองกาบหมาก ภายหลังเปลี่ยนเป็นชื่อทุ่งหว้า และให้ไปขึ้นต่ออำเภอละงูเนื่องจากประชากรลดลง ล่วงมาปีพ.ศ. 2516 กิ่งอำเภอทุ่งหว้ายกฐานะเป็นอำเภอจนถึงทุกวันนี้ 4) อำเภอมะนัง ยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอเมื่อ พ.ศ. 2549 คำว่ามะนัง เพี้ยนมาจากภาษามลายู เมอนัง (menang) แปลว่า “ชนะ” จึงเป็นชื่อหมู่บ้าน และอำเภอในปัจจุบัน



ภาพที่ 4.7 อาณาเขตพื้นที่อุทยานธรณีสตูล

3.2) กลุ่มชาติพันธุ์ หลักฐานสำคัญคือมีการ ขุดค้นพบเครื่องมือหินขัด เครื่องกะเทาะหิน และเศษดินเผาที่เขาไต่ชะพญาวัง อำเภอเมืองสตูล เขาชุมทรัพย์ และเขาไต่ชะนางคำ อำเภอทุ่งหว้า แหล่งโบราณคดีดังกล่าวตั้งอยู่ริมคลอง แสดงว่ามนุษย์ถ้ำสมัยนั้นอาศัยอยู่ใกล้แหล่งน้ำ ยังชีพด้วยการล่าสัตว์ เป็นมนุษย์ที่สูญพันธุ์ ไปจากแผ่นดินหลายพันปีแล้ว จึงไม่ถือเป็นบรรพบุรุษของชาวเมืองสตูล แต่ผู้ที่อาศัยอยู่ใน แผ่นดินเมืองสตูลมาแต่โบราณกาล สืบต่อมาจนกระทั่งทุกวันนี้ มีอยู่ 5 เผ่าพันธุ์ ได้แก่ กลุ่มพวกนิกริโต หรือ เงาะเซมิง ชาวสตูลเชื้อสายมลายูหรือมุสลิม ชาวสตูลเชื้อสายไทยหรือสยาม ชาวสตูลเชื้อสายจีน ชาวสตูลเชื้อสายชาวเลหรือชาวน้ำ

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์

กลุ่มชาติพันธุ์	อัตลักษณ์	พื้นที่อาศัย
1.เงาะเซมิง หรือ “มานิ”	รูปร่างเตี้ย ผิวดำเข้มค่อนข้างน้ำตาลไหม้ ริมฝีปากหนา ผมหยิกแบบขมวดกลมเป็นก้อนหอย หรือหยิกฟูเป็นกระเซิง	อพยพร่อนเร่ในป่า จังหวัดสตูลและจังหวัดใกล้เคียง
2.ชาวสตูลเชื้อสายมลายูหรือมุสลิม	แต่งงานกับคนเชื้อสายไทยหรือสยาม ที่อพยพมาจากเมืองนครศรีธรรมราช พัทลุง และ สงขลา ซึ่งนับถือศาสนาพุทธภายหลังเปลี่ยนไปนับถือศาสนาอิสลาม อาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ชาวสตูลบางท้องถิ่นที่พูดภาษามลายูไม่ได้	ร้อยละ 76.77 ของจังหวัดสตูล (ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสตูล. 2563. ออนไลน์)
3.ชาวสตูลเชื้อสายไทยหรือสยาม	อพยพมาจากเมืองนครศรีธรรมราช พัทลุง และ สงขลา ตั้งถิ่นฐานและครอบครองที่ดิน ประกอบอาชีพทำสวนยางพาราและสวนผลไม้	อำเภอควนกาหลง อำเภอมะนัง
4.ชาวสตูลเชื้อสายจีน	ผู้ชายจีนที่แต่งงานกับสาวพื้นเมืองมลายู ถ้ามีลูกเป็นชายเรียกว่า บ่าบ่า (baba) เป็นหญิง เรียกว่า นยอนย่า (nyonya) หรือ ย่าหย่า มีบทบาทด้านการค้าขายและสร้างความเจริญให้เมืองสตูล	อำเภอทุ่งหว้า
5.ชาวสตูลเชื้อสายชาวเล	ชาวเลอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในจังหวัดสตูลครั้งแรกที่เกาะหลีเป๊ะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหมู่เกาะอาดัง-ราวี บรรพบุรุษของชาวเลที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานคือ ไต่ชะฮีรี หรือ ไต่ชะฮีลี พื้นเพเป็นชาวอินโดนีเซีย นับถือศาสนาอิสลาม เดินทางไปมาค้าขายระหว่างปีนังกับไทย	เกาะหลีเป๊ะ อำเภอละงู

ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555

3.3) สถาปัตยกรรมท้องถิ่น อาคารสถานที่ที่มีอายุมากบ่งบอกคุณค่าความโดดเด่นด้านสถาปัตยกรรมท้องถิ่น ได้แก่ บ้านเรือนไทยมุสลิม อาคารแบบชิโน – ปอร์ตุเกส พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติสตูลอุทยานนกุน้ำ

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์สถาปัตยกรรมท้องถิ่น

สถาปัตยกรรมท้องถิ่น	อัตลักษณ์-พื้นที่	ภาพประกอบ
1. บ้านเรือนไทยมุสลิมของสตูล	หลังคาเป็นแบบจั่วยกสูง ลาดเอียงทั้งสองด้านเพื่อกันฝนสาด ฝาบ้านทำด้วยไม้เนื้อแข็งหรือไม้ไผ่สานขัดแตะ ไม่ตกแต่งบ้านด้วยลวดลายที่เป็นรูปคนหรือสัตว์ เนื่องจากตามคติในศาสนาอิสลามห้ามทำรูปบูชา แต่ตกแต่งด้วยลวดลายเรขาคณิต ลายเครือเถา หรืออักษรประดิษฐ์ (ตำบลบ้านควน อำเภอเมืองสตูล บางส่วนในเขตเทศบาลตำบลกำแพง อำเภอละงู)	
2. อาคารแบบชิโน - ปอร์ตุเกส	สถาปัตยกรรมที่ผสมผสานระหว่างชาวโปรตุเกสกับชาวจีน มีเสาดูอยู่ด้านหน้า และช่องโค้งที่เชื่อมระหว่างห้อง ปูพื้นด้วยกระเบื้องลายข้าวหลามตัดรูปสัตว์ ดอกไม้ ตกแต่งลวดลายปูนปั้นล้อมกรอบวงกบและหน้าต่างส่วนหน้าของอาคาร ตกแต่งหัวเสาแบบกรีก - ถ.บุรีวานิช (ถ.มำบังนั่งกระรา) อำเภอเมือง, ตลาดทุ่งหว้า อำเภอทุ่งหว้า	
3. อาคารแบบโคโลเนียล (คุณาสันภูเด็น)	อาคารก่ออิฐถือปูน 2 ชั้น มีแผนผังรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัส มีมุขยื่นออกมาด้านหน้า เสา मुख 2 เสา มีขนาดใหญ่ มีระเบียงที่กว้างขวางใหญ่โต ทาสีโทนอ่อน หรือสีพาสเทล หลังคาทรงจั่วผสมปั้นหยา ตกแต่งด้วยไม้ฉลุเส้นประดับลูกฟัก หรือบัวปูนปั้น	

ที่มา : วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555

3.4) ศาสนสถาน จังหวัดสตูลเป็นเมืองผสมผสานวัฒนธรรมระหว่างคนเชื้อสายมลายูหรือมุสลิม ไทยหรือสยาม และจีน มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นสถาปัตยกรรมทางศาสนา บรรพชนได้ก่อสร้างศาสนสถานไว้ปฏิบัติศาสนกิจ ได้แก่ มัสยิดสำหรับพี่น้องมุสลิม วัดสำหรับชาวไทยพุทธ และศาลเจ้าสำหรับคนเชื้อสายจีน มีรายละเอียดเกี่ยวกับศาสนสถานทั้ง 3 แห่งต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ศาสนสถาน

ศาสนสถาน	อัตลักษณ์	ภาพประกอบ
1.มัสยิดมาบัง	เป็นมัสยิดกลางของจังหวัด อาคารสีขาวตกแต่งด้วยกระเบื้องเคลือบหินอ่อนและกระจกใส มีบันไดขึ้นหอคอยลักษณะเป็นยอดโดมที่สามารถมองเห็นทิวทัศน์เมืองสตูล ด้านในเป็นห้องโถงใหญ่ใช้เป็นทีละหมาด ชั้นล่างมีห้องใต้ดิน ส่วนหลังคาเพคอนกรีตปูด้วยกระเบื้องดินเผาประดับกระจกสีทองจากอิตาลี	
2.วัดชนาธิปเฉลิม พระอารามหลวง	พระอุโบสถมีลักษณะคล้ายเคหะสถาน แบ่งเป็น ๒ ชั้น ชั้นล่างใช้เป็นศาลาการเปรียญ ชั้นบนใช้ประกอบพิธีกรรมของพระสงฆ์ ด้านหน้าพระอุโบสถเป็นระเบียงมีบันไดสองข้าง เสาบานหน้าต่างแกะสลักเป็นรูปครีเอเตา มีพระธาตุเจดีย์ศรีเมืองใต้เป็นสถาปัตยกรรมที่ประกอบด้วยยอดเจดีย์ทรงลังกาหรือโปร่งขาม	
3.ศาลเจ้า โป๊ะเง็ก	เสากลมโตด้านหน้าอาคารสลักลวดลายนูนต่ำเป็นมังกร บนหลังคาสลักลวดลาย มังกร กิเลน สิงห์เหยี่ยว ภายในศาลเจ้ามีองค์พระประธานคือ พระโปเซ่งไต่เต่ เป็นผู้ที่มียุทธฤทธิ์ช่วยให้ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บลดบันดาลให้สุขภาพดี มีพระสำคัญที่สร้างขึ้นร่วมสมัยกับพระประธาน ได้แก่ กิมซิ่นเฮียบเทียนไต่เต่ (กวนกง) กิมซิ่นกวนอิมสุดโจ้ว	

3.5) พืชพื้นถิ่น ได้แก่ จำปาตะเป็นผลไม้ตระกูลขนุน เป็นพันธุ์ไม้พื้นเมืองเจริญเติบโตได้ดีในดินทั่ว ๆ ไป ทนต่อความแห้งแล้ง ศัตรูพืชรบกวนน้อย จำปาตะแบ่งออกได้ ๒ ประเภท คือ จำปาตะขนุนและจำปาตะบ้าน เมื่อผลสุกจะส่งกลิ่นอบอวลคล้ายทุเรียน จำปาตะปลุกกันทั่วไปในจังหวัดสตูลจนถือว่าเป็นผลไม้ประจำจังหวัด พันธุ์ที่มีชื่อเสียง คือ “ขวัญสตูล” กับ “วังทอง” ที่สำคัญคือผลของจำปาตะจะมี “โคระ” หรือ “โคร” เป็นเครื่องสานที่ใช้ห่อหรือสวมผลไม้จำพวกขนุนและจำปาตะ เพื่อป้องกันตัวหนอนหนอนไชทำความเสียหายให้กับผลไม้ โดยทั่วไปทำจากใบมะพร้าวสดหรือแห้งก็ได้



ภาพที่ 4.8 จำปาตะและโคระหรือโคร

3.6) อาหาร ในชีวิตประจำวันของชาวสตูล มีลักษณะคล้ายคลึงกับอาหารใน ภาคใต้ ทัว ๆ ไป เพราะผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งนำมาใช้ปรุงเป็นอาหารนั้นเหมือนกัน โดยในงานวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยจะเฉพาะอาหารหวานเท่านั้น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์อาหาร

อาหารท้องถิ่น	อัตลักษณ์	ภาพประกอบ
1.โรตีกาปาย	ปรุงจากแป้งสาลี น้ำตาล และเกลือ ลักษณะเป็นแผ่นสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ บาง ๆ อบในเตาจนสุกมีสีเหลืองอ่อน รับประทานกับน้ำชา หรือ กาแฟ	
2.ขนมบุหงาบูตะ	ปรุงจากแป้งข้าวเหนียว เกลือ มะพร้าว น้ำตาล ลักษณะเป็นแผ่นบาง และมีส่วนที่เป็นไส้ของขนม เป็นเอกลักษณ์ อย่างหนึ่งของจังหวัดสตูล	
3.ขนมบุหลู (ขนมไข่)	เป็นอติพิลด้านอาหารของโปรตุเกส คนสตูลใช้รับประทานในวันสำคัญ เช่น เทศกาลงานสารทเดือน ๑๐ งานขึ้นบ้านใหม่ และวันฮารีรายอ	

3.7) สัญลักษณ์ประจำจังหวัด

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์สัญลักษณ์ประจำจังหวัด

สัญลักษณ์ประจำจังหวัด	อัตลักษณ์	ภาพประกอบ
1.ดอกกาหลง (ดอกไม้ประจำจังหวัดสตูล)	มีช่อดอกใหญ่สีขาว กลิ่นหอมอ่อน ๆ กลีบดอกมี 5 กลีบ ลักษณะซ้อน เกสรตัวผู้มีสีขาว อับเรณูมีสีเหลืองสด ออกผลเป็นฝัก ใบเป็นใบไม้แผดออกสลับกันไปตามต้น มีถิ่นกำเนิดจากประเทศอินเดีย	
2.กล้วยไม้รองเท้านารีชาวสตูล	ใบหนามีลายเขียวคล้ายปลายมน ใต้ท้องใบมีสีม่วงแก่ ใบมีจุดสีม่วง กระเปาะกลมเหมือนไข่ กลีบดอกสีขาวบานจุ่ม ขึ้นตามภูเขาหินปูน ชอบหินในหมู่เกาะต่าง ๆ	

3.8) คำขวัญประจำจังหวัด คำขวัญประจำจังหวัดในปัจจุบัน คือ “ สตูล สงบ สะอาด ธรรมชาติบริสุทธิ์ ” ส่วนคำขวัญประจำจังหวัดเดิมคือ “ ตะรุเตา ไก่ดำ จำปาตะ คนใจพระ งามเลิศ เชิดสตูล ”

เมื่อพิจารณารายละเอียดของอัตลักษณ์ในกลุ่มวิถีชีวิตสามารถพบเจออัตลักษณ์อื่นๆ ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมของกลุ่มวิถีชีวิต ดังนี้



ผ้าปาเต๊ะที่ได้รับอิทธิพลจากอินโดนีเซีย เป็นที่นิยมใช้กันในกลุ่มผู้หญิงทางภาคใต้



เครื่องประดับของชาวมานีที่มักพบเจอเป็นรูปแบบสร้อยคอที่ทำจากไม้ เมล็ดของพืช



ชายชาวมานีมีรูปร่างหน้าตาอันเป็นเอกลักษณ์ ตากลมโต เส้นผมหยิกและไว้นวดเคราในกลุ่ม



บ้านของชาวเรอูร์กลาไว้อยู่ ตั้งอยู่ทางริมฝั่งทะเลหรือบริเวณชายหาด



อาคารพาณิชย์ เจ้าของส่วนใหญ่เป็นคนไทย เชื้อसानจีนที่มีอาชีพประกอบการค้าขาย



ว่าวควายของชาวสตูล มีการอนุรักษ์ว่าวควายด้วยการจัดเป็นกีฬานานาชาติ

4.1.1.3 อัตลักษณ์เชิงผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ เป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่นำสิ่งที่มีอยู่ในการศึกษาครั้งนี้เจาะจงเฉพาะ 5 กลุ่มที่เป็นความต้องการของตลาด คือ กลุ่มเค้กจำปาตะ กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก และกลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สนทนากลุ่มย่อย ในวันที่ 11 -15 พฤษภาคม พุทธศักราช 2562 พบว่า

1) กลุ่มเค้กจำปาตะ

จำปาตะเป็นผลไม้ประจำถิ่นและเป็นที่ยอมรับของคนในพื้นที่มาช้านาน เนื้อมีกลิ่นหอมแรงและมีรสชาติหวานจัด ส่วนของเนื้อของผลมีสีเหลืองเข้มคล้ายขนุนแต่มีรสชาติหวานและมีความนิ่มกว่าขนุน จำปาตะยังให้ผลเพียงปีละครั้งเท่านั้นช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม จำปาตะเป็นผลไม้ประจำถิ่นที่มีความโดดเด่นและเป็นผลไม้ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดสตูลจึงได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ชาวบ้านพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลนำผลจำปาตะรับประทานเป็น

ผลไม้ และนำมาซुบแป้งทอดใช้ทานเป็นอาหารว่าง จากเอกลักษณ์โดดเด่นนี้ นางสาวจิตาภา ประทีป รัศมิ์ เยาวชนในพื้นที่จึงมีแนวคิดการแปรรูปผลจำปาตะให้เป็นเค้กจำปาตะ ซึ่งจำปาตะมีความหวานใช้แทนน้ำตาลในการทำเค้กได้ จากแนวคิดดังกล่าวส่งผลให้เกิดการตลาดผ่านกระบวนการวิจัยที่มีส่วนร่วมที่ได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดสตูลและมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา รวมถึงมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในพื้นที่บริเวณใกล้เคียง จนสามารถผลิตเค้กจำปาตะที่มีรสชาติลงตัว ขนมที่กลุ่มใช้จำปาตะเป็นส่วนประกอบ ได้แก่ ขนมเค้กจำปาตะ ชิฟฟอน คูกี้ เป็นต้น ขนมของว่างดังกล่าวเป็นขนมที่ชาวบ้านในพื้นที่ใช้ทานพร้อมเครื่องดื่มประจำวันในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว เช่น กาแฟ ชาชาก เป็นต้น

2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว

วิถีชีวิตชาวบ้านในพื้นที่อุทยานธรณีสตูลได้นำมะพร้าวมาใช้ประโยชน์มากมายโดยเฉพาะนำมาแปรรูปเป็นอาหารหวาน แต่หากจะกล่าวถึงประโยชน์ของมะพร้าวโดยละเอียดเรา จะพบว่าทุกส่วนของต้นมะพร้าวสามารถใช้ประโยชน์ได้ทั้งสิ้นแม้กระทั่งกะลามะพร้าว ซึ่งสามารถนำมาแปรรูปเป็นงานหัตถกรรมได้หลายรูปแบบ ชาวบ้านในพื้นที่ตำบลปากน้ำ อำเภอลง จังหวัดสตูล ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่อุทยานธรณี ได้ต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มเศษกะลามะพร้าว โดยการแปรรูปเป็นของฝากของที่ระลึกและเครื่องใช้ นอกจากนั้นยังนำกะลามะพร้าวเชื่อมโยงเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นอย่างอื่นได้อย่างลงตัว ปัจจุบันกลุ่มกะลามะพร้าวใช้ความคิดสร้างสรรค์แปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและเศรษฐกิจชุมชนจากพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลได้หลากหลาย ผลงานที่ได้รับความนิยมของกลุ่มประกอบด้วย โคมไฟดวงโต ลวดลายโมเดลสื่อธรรมชาติ เหมาะสำหรับการตกแต่งห้องพัก โรงแรม บ้านเรือน บ่งบอกความหรูหราของผู้ครอบครอง นอกจากนี้ ยังมีของชำร่วยต่าง ๆ ซึ่งประกอบด้วย พวงกุญแจเต่าตนุ แม่เหล็กเน็ต (Magnet) แม่เหล็กตู้เย็นรูปแอมโมไนต์

3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม

ชาวบ้านพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลมีภูมิปัญญามากมายแต่ที่มีการถ่ายทอดกันมารากรุ่นสู่รุ่นนั่นก็คือหัตถกรรมจักสานจากต้นคลุ้ม สำหรับต้นคลุ้ม เป็นพืชล้มลุกขึ้นมากตามร่องน้ำเนินเขา ผิวแข็งคล้ายไม้ไผ่แต่ไม่มีปล้อง สามารถนำมาจักสานออกมาเป็นของใช้ต่าง ๆ อีกทั้งยังสามารถขึ้นลายสวยงามตามลักษณะการใช้งานที่เหมาะสมได้เช่นเดียวกัน กลุ่มจักสานต้นคลุ้มบ้านวังตง ตั้งอยู่ที่บ้านวังตง อำเภอกงหรา จังหวัดสตูล เป็นการสืบสานวิถีชีวิตการจักสานตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษมาสู่รุ่นหลานในปัจจุบัน และได้ดำเนินงานในลักษณะการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานต้นคลุ้มบ้านวังตง ซึ่งมีนางสาวอรุณี เกาะกลาง เป็นประธาน เนื่องจากเป็นผู้เริ่มต้นสานต่อการจักสานต้นคลุ้มมาจากคนในครอบครัว และมีการถ่ายทอดให้กับเพื่อนบ้านในชุมชนจนปัจจุบันมีสมาชิกร่วม 40 คน ปัจจุบันการดำเนินงานกลุ่มมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและงานจักสานจากต้นคลุ้มที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานธรณีนั่นก็คือ ฝาชี ตะกร้า โคมไฟ ของแต่งบ้าน เหตุผลที่งานจักสานจากต้นคลุ้มได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องเพราะมีความทนทานและแข็งแรงในการใช้ อย่างไรก็ตามเมื่อผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นมีความคงทน ทางกลุ่มจึงต้องการขึ้นพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบหรือรูปทรงผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพราะจะได้เป็นตัวเลือกให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค

4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก

ผ้าบาติกเป็นผ้าที่มีลวดลายสดใสและเป็นผ้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันของชาวบ้านในพื้นที่อุทยานธรณีโลก ดังนั้นกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกจึงใช้ศิลปะนำเสนอเรื่องราวของอุทยานธรณีสตูล โดยมีการสร้างลวดลายที่เชื่อมโยงกับเรื่องราวทางธรณีวิทยา การใช้วัสดุจากอุทยานธรณีพวกแร่ธาตุ ใบไม้ เปลือกไม้ ผลไม้ ที่เกิดในพื้นที่อุทยาน มาทำเป็นวัสดุย้อมสี เช่น ดินสีแดงเทอร์ราโรซ่าหรือดินที่ผุพังจาก

พื้นที่หินปูนที่ได้สีแดงจากธาตุเหล็ก สีเหลืองจากโคลน สีน้ำตาลจากเปลือกโก่งกาง เป็นต้น ถือการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่อุทยานธรณี ปัจจุบันการดำเนินงานใช้การสร้างลวดลายโดยการพิมพ์โดยใช้สีธรรมชาติเป็นสีพื้น และได้ทำการตัดเย็บออกมาในรูปแบบของ ผ้าพันคอ เสื้อผ้า กระเป๋า และผ้าปาเต๊ะ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวคือผ้าพันคอใช้สีธรรมชาติ และผ้าปาเต๊ะลวดลายโบราณ

5) กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย

อัตลักษณ์การทำว่าวควายอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลมีความโดดเด่นทั้งด้านแนวคิด การรังสรรค์รูปร่างและทักษะการผูกว่าวที่ไม่เหมือนกับว่าวรูปแบบอื่น ว่าวควายจังหวัดสตูลมีแนวคิดรูปร่างผ่านจินตภาพแบบบูรณาการของศิลปะหัตถกรรม วิทยาศาสตร์ และวิถีชีวิตชาวนาได้อย่างลงจนมีรูปร่างเป็นควายกำลังก้มกินหญ้า จากนั้นใช้ทักษะหัตถกรรมที่ประณีตละเอียดอ่อนในการผูกว่าวจนสามารถล่องลอยเล่นลมอยู่บนท้องฟ้าอย่างสวยงาม ความโดดเด่นของรูปร่างและทักษะการผูกว่าวควายส่งผลให้เกิดการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นภูมิปัญญาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นประเพณีการเล่นว่าวควายในพื้นที่จังหวัดสตูลและพื้นที่ใกล้เคียงเพื่อหลอมรวมจิตใจและสร้างความรักสามัคคีในหมู่คณะภายใต้กิจกรรมการละเล่นพื้นบ้าน วัตถุประสงค์หลักในการทำว่าวควายประกอบด้วย ไม้ไผ่ และกระดาษ

จะเห็นได้ว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 กลุ่มใช้วัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิตหรือแปรรูปที่มีอยู่ในพื้นที่เท่านั้น ยังเป็นการผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่น และ/หรือวัฒนธรรมในท้องถิ่นอีกด้วย อีกทั้งกลุ่มหัตถกรรมชุมชนนี้ยังมีศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของ รายละเอียดดังภาพ 4.9

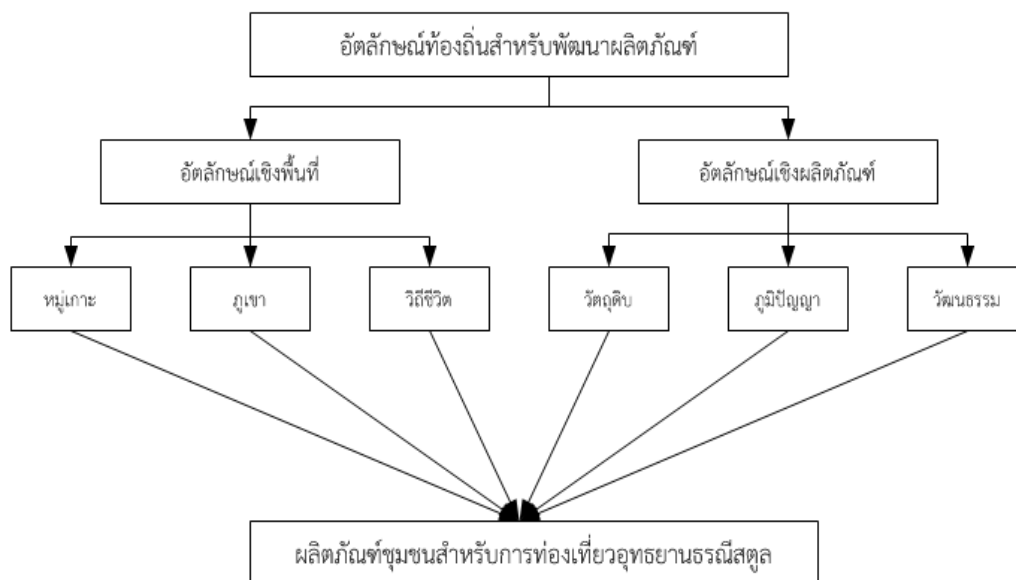


ภาพที่ 4.9 ศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน

4.1.2 การถอดอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

4.12.1 กระบวนการถอดแบบ จากอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และอัตลักษณ์เชิงผลิตภัณฑ์

คณะผู้วิจัยได้นำมาผสมผสาน เพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์อุทยานธรณีสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง (Design Criteria & Design Assessment) เพื่อใช้สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการ ดังภาพที่ 4.10



ภาพที่ 4.10 เกณฑ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สื่อถึงอัตรลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล

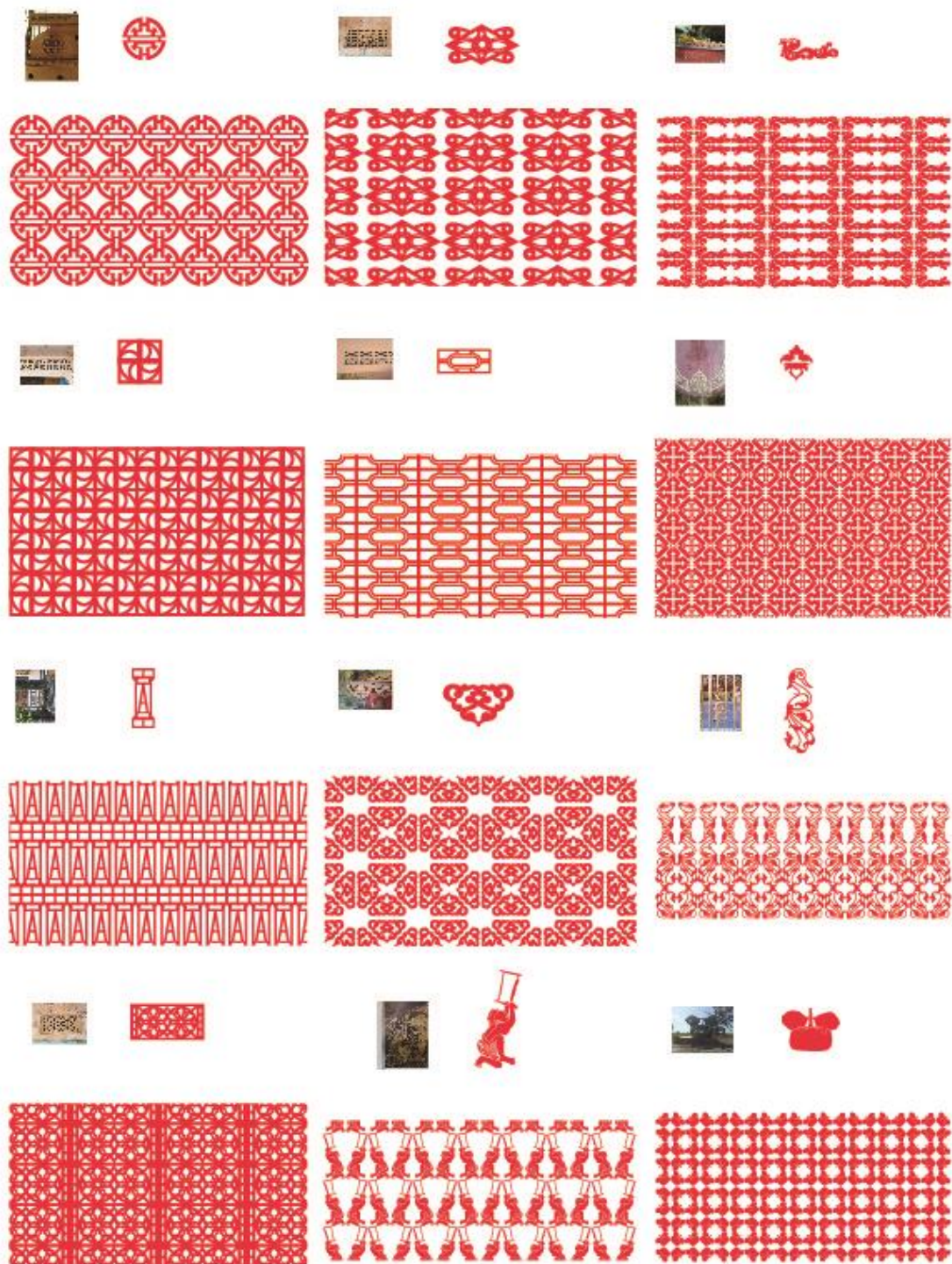
การถอดแบบร่างอัตรลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง เป็นการนำอัตรลักษณ์เชิงพื้นที่มาถอดแบบให้อยู่ในรูปของกราฟฟิก เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบวัสดุผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มจากคณะผู้วิจัยได้นำภาพถ่ายมาถอดแบบ ด้วยการใช้โปรแกรมช่วยในการออกแบบปรับแต่งค่าของสี ภาพ ความสว่าง และน้ำหนักของภาพ จากนั้นปรับรายละเอียดของจุด เส้น น้ำหนักขาว-ดำ เพื่อแก้ไขรูปร่างของภาพ และจัดการภาพถ่ายซึ่งอยู่ในรูปแบบเจเปค (JPEG) ให้กลายเป็นภาพเวกเตอร์ (VECTOR) ปรับแก้ไขรายละเอียดให้ยังคงสื่อสารความหมายของภาพได้เหมือนต้นฉบับ

4.1.2.2 ผลการถอดอัตรลักษณ์

ได้ผลการถอดแบบตัวอย่างภาพถ่าย ดังภาพที่ 4.11 ถึง 4.14 และแสดงเพิ่มในภาคผนวกรวมทั้งหมดอำเภอละ 400 ภาพเวกเตอร์ (VECTOR)



ภาพที่ 4.11 การถอดแบบอัตลักษณ์จากพื้นที่อำเภอเมือง (เพิ่มเติมในภาคผนวก)



ภาพที่ 4.12 การถอดแบบอัตลักษณ์จากพื้นที่อำเภอทุ่งหว้า (เพิ่มเติมในภาคผนวก)



ภาพที่ 4.13 การถอดแบบอัตลักษณ์จากพื้นที่อำเภอละ (เพิ่มเติมในภาคผนวก)

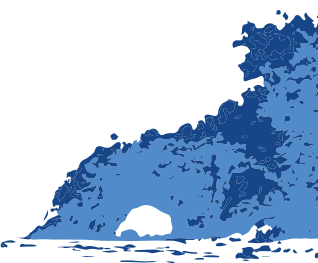
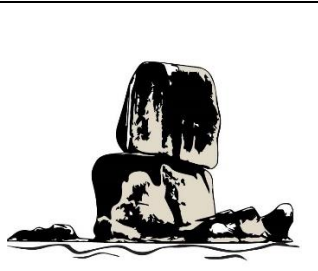
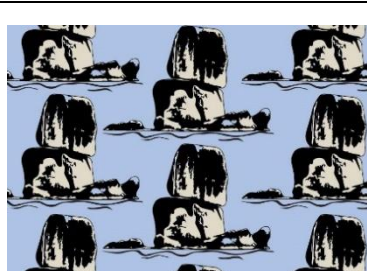
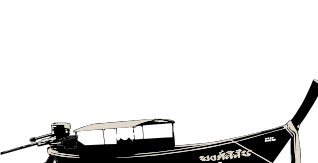


ภาพที่ 4.14 การถอดแบบอัตลักษณ์จากพื้นที่อำเภอมะนัง (เพิ่มเติมในภาคผนวก)

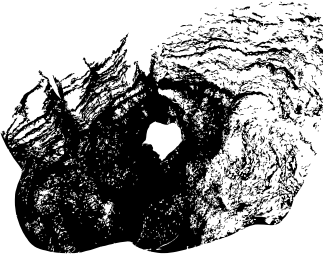
จากเวกเตอร์ (Vector) ที่ถอดแบบอัตลักษณ์ในพื้นที่ทั้ง 4 อำเภอ สามารถแบ่งเป็นรูปแบบอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มหมู่เกาะ กลุ่มภูเขา และกลุ่มวิถีชีวิต จากนั้นจึงดำเนินการ

ประชุมระดมความคิดเห็น (Focus Group) ระหว่างทีมผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีผลงานด้านการสร้างอัตลักษณ์ คือ คุณรพีภัทร สำเภา เพื่อคัดเลือกอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ทั้ง 3 กลุ่มๆ ละ 10 ชิ้น โดยมีเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือก 7 ข้อ ประกอบด้วย 1) ลวดลายมีความเหมาะสม 2) ลวดลายแสดงถึงเอกลักษณ์ 3) ลวดลายเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป 4) รูปแบบมีความเรียบง่าย 5) รูปแบบมีความร่วมสมัย 6) รูปแบบสร้างความจดจำ 7) รูปแบบสามารถนำไปใช้งานได้ สามารถสรุปรูปแบบอัตลักษณ์ได้ดังนี้

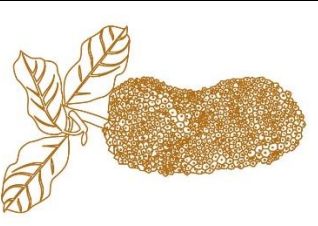
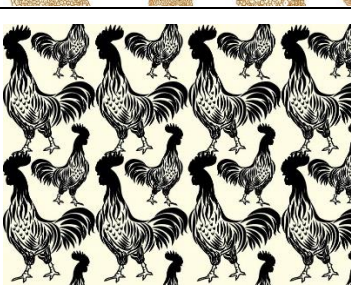
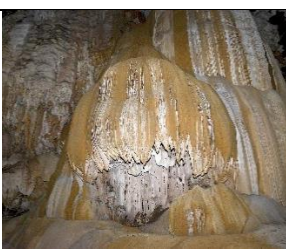
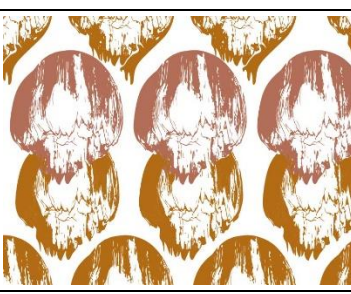
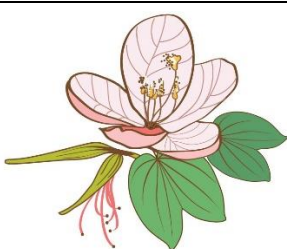
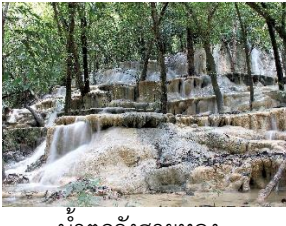
ตารางที่ 4.6 อัตลักษณ์เชิงพื้นที่กลุ่มหมู่เกาะ

ลำดับ	ภาพถ่ายอัตลักษณ์	เวกเตอร์ (Vector)	ลวดลาย (Pattern)
1	 เกาะไข่		
2	 โขดหินเกาะหลีเป๊ะ		
3	 เรือหัวโทง		
4	 ประสาธหินพันยอด		

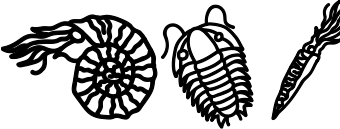
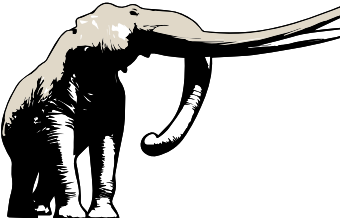
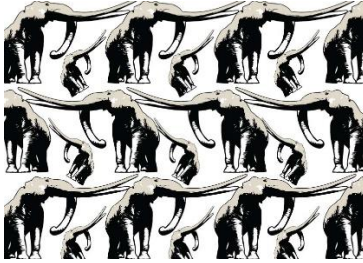
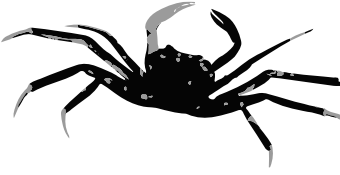
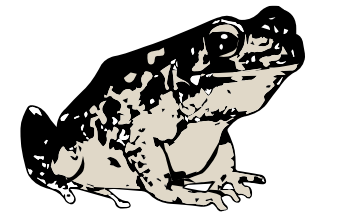
ตารางที่ 4.6 อัตลักษณ์เชิงพื้นที่กลุ่มหมู่เกาะ (ต่อ)

ลำดับ	ภาพถ่ายอัตลักษณ์	เวกเตอร์ (Vector)	ลวดลาย (Pattern)
5	 ดอกลำพู		
6			
7	 ประภาคารที่เกาะเขาใหญ่		
8	 เกาะหินงาม		
9	 พายเรือแคนู		
10	 ปลาการ์ตูน		

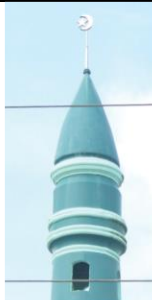
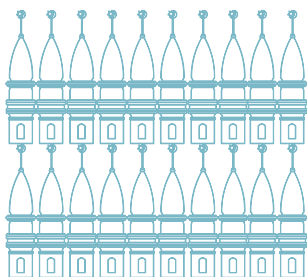
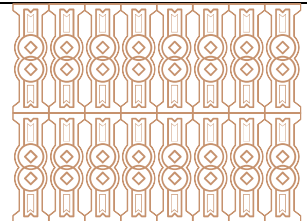
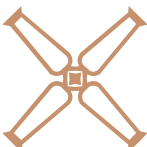
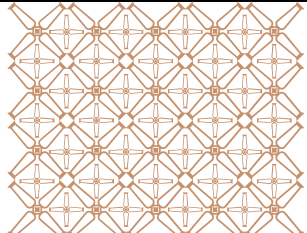
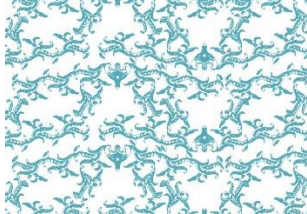
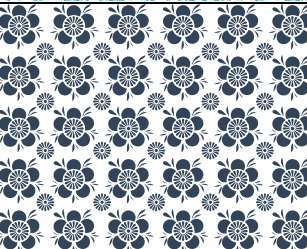
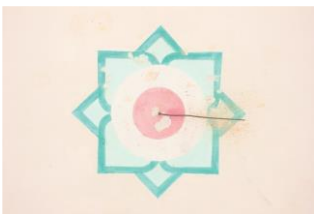
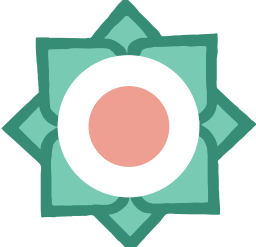
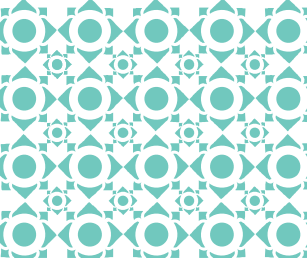
ตารางที่ 4.7 อัตลักษณ์เชิงพื้นที่กลุ่มภูเขา

ลำดับ	ภาพถ่ายอัตลักษณ์	เวกเตอร์ (Vector)	ลวดลาย (Pattern)
1	 จำปาตะ		
2	 ไก่ดำ		
3	 หินย้อย-ถ้ำเลสเดโกดอน		
4	 กล้วยไม้รองเท้านารีชาวสตูล		
5	 ดอกกาหลง		
6	 น้ำตกวังสายทอง		

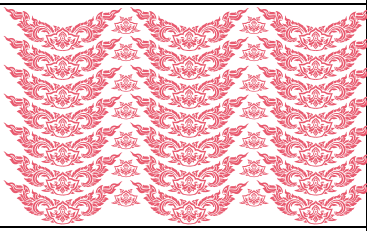
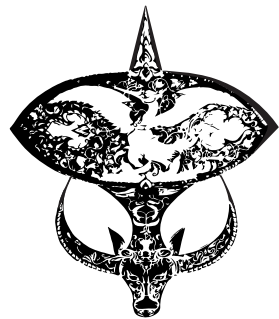
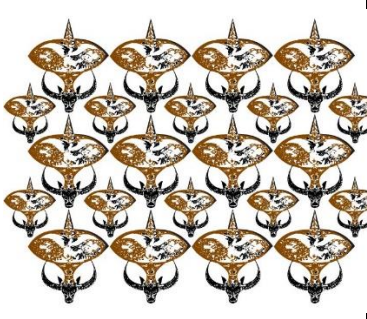
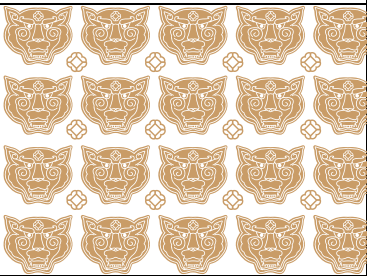
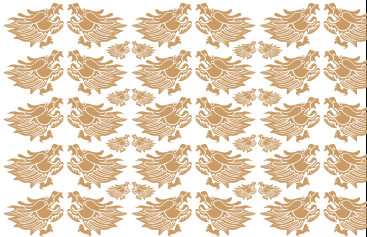
ตารางที่ 4.7 อัตลักษณ์เชิงพื้นที่กลุ่มภูเขา (ต่อ)

ลำดับ	ภาพถ่ายอัตลักษณ์	เวกเตอร์ (Vector)	ลวดลาย (Pattern)
7	 ฟอสซิล		
8	 ช้างสเตโกดอน		
9	 ปูในถ้ำสเตโกดอน		
10	 เขียดว้าก		

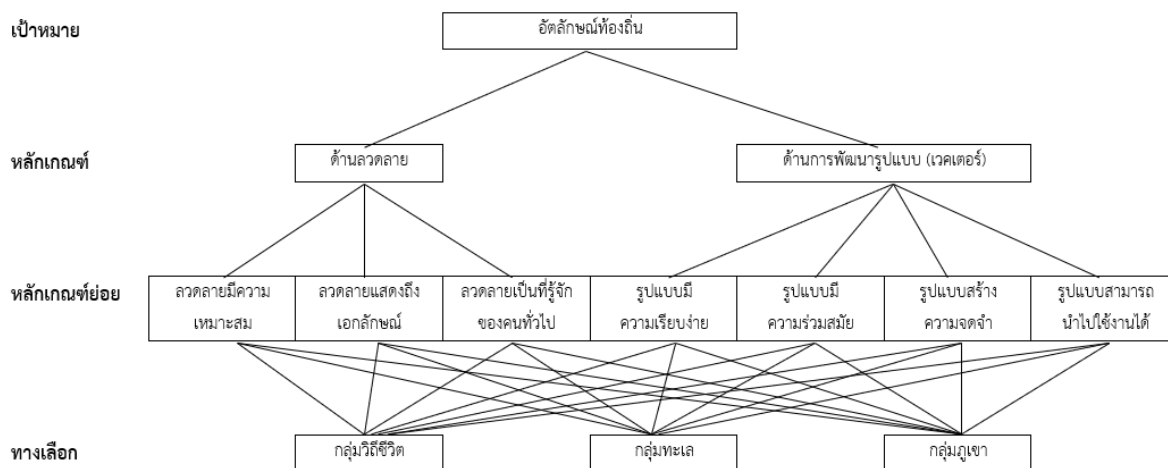
ตารางที่ 4.8 อัตลักษณ์เชิงพื้นที่กลุ่มวิถีชีวิต

ลำดับ	ภาพถ่ายอัตลักษณ์	เวกเตอร์ (Vector)	ลวดลาย (Pattern)
1	 มัสยิด ต.ฉลุง อ.เมือง		
2	 อาคาร ต.ฉลุง อ.เมือง		
3	 อาคาร ต.ฉลุง อ.เมือง		
4	 คฤหาสน์กูเด็น		
5	 คฤหาสน์กูเด็น		
6	 วัดเขาน้อย อ.เมือง		

ตารางที่ 4.8 อัตลักษณ์เชิงพื้นที่กลุ่มวิถีชีวิต (ต่อ)

ลำดับ	ภาพถ่ายอัตลักษณ์	เวกเตอร์ (Vector)	ลวดลาย (Pattern)
7	 วัดชนาธิปเฉลิม อ.เมือง		
8	 ว่าวควาย		
9	 ศาลเจ้าโป้เจ้แก้ง อ.เมือง		
10	 ศาลเจ้าโป้เจ้แก้ง อ.เมือง		

จากการคัดเลือกอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภูเขา กลุ่มทะเล กลุ่มวิถีชีวิต ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์อัตลักษณ์เชิงพื้นที่ทั้ง 3 กลุ่มที่ได้รับการคัดเลือก ด้วยการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น (Analytic Hierarchy Process: AHP) เพื่อนำไปสู่ค่าลำดับความสำคัญของแต่ละทางเลือก ว่าทางเลือกใดมีค่าสูงสุดแล้วนำมาประกอบการตัดสินใจเพื่อนำไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 4.15 การวิเคราะห์อัตลักษณ์ท้องถิ่นด้วยการวิเคราะห์ตามลำดับชั้น
(Analytic Hierarchy Process: AHP)

ตารางที่ 4.9 การจัดลำดับทางเลือกของอัตลักษณ์

ทางเลือก	เกณฑ์							น้ำหนัก ความสำคัญ ทางเลือก	ลำดับ
	ลวดลาย มีความ เหมาะสม	ลวดลาย แสดงถึง เอกลักษณ์	ลวดลาย เป็นที่ รู้จักของ คน ทั่วไป	รูปแบบ มีความ เรียบ ง่าย	รูปแบบ มีความ ร่วม สมัย	รูปแบบ สร้าง ความ จดจำ	รูปแบบ สามารถ นำไปใช้ งานได้		
น้ำหนัก เกณฑ์	0.120	0.238	0.105	0.109	0.108	0.177	0.143		
กลุ่ม วิถีชีวิต	0.548	0.600	0.200	0.170	0.623	0.164	0.333	0.392	1
กลุ่ม ทะเล	0.211	0.200	0.400	0.443	0.239	0.539	0.333	0.332	2
กลุ่ม ภูเขา	0.241	0.200	0.400	0.387	0.137	0.297	0.333	0.276	3

ผลจากการค้นหาคำศัพท์ของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภูเขา กลุ่มทะเล กลุ่มวิถีชีวิต พบว่า อัตลักษณ์เชิงพื้นที่กลุ่มวิถีชีวิตมีความเหมาะสมเป็นลำดับที่หนึ่ง โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.392 รองลงมาคือ กลุ่มทะเล โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.332 และกลุ่มภูเขา โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.276 ตามลำดับ ทั้งนี้พื้นที่อุทยานธรณีโลกครอบคลุม 4 อำเภอ ได้แก่ อ.เมือง อ.ทุ่งหว้า อ.ละงู และ อ.มะนัง ทำให้มีลักษณะอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ปรากฏเป็นภูเขา ทะเล และวิถีชีวิต ผู้วิจัยจึงจะดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยยังคงให้ปรากฏอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ทั้ง 3 กลุ่ม แต่ให้ค่าน้ำหนักความสำคัญกับกลุ่มวิถีชีวิตมากที่สุด

4.2 ผลการพัฒนาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

4.2.1 การถ่ายทอดองค์ความรู้

กระบวนการถอดอัตลักษณ์เพื่อการออกแบบและกระบวนการผลิต โดยการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ สถานประกอบการของแต่ละกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง จำนวน 5 กลุ่ม องค์ความรู้ที่ถ่ายทอดประกอบด้วยการอธิบายกระบวนการการเก็บข้อมูลอัตลักษณ์ กระบวนการถอดแบบ ผลการถอดแบบอัตลักษณ์ และวิธีการนำอัตลักษณ์ไปใช้ในงานผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกระบวนการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 4.16 การถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มเค็กจำปาตะ



ภาพที่ 4.17 การถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว



ภาพที่ 4.18 การถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม



ภาพที่ 4.19 การถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก



ภาพที่ 4.20 การถ่ายทอดองค์ความรู้กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย



ภาพที่ 4.21 การถ่ายทอดองค์ความรู้สำหรับประชาชนทั่วไป

4.2.2 การระดมความคิดเห็นออกแบบร่างผลิตภัณฑ์

จัดประชุมสำรวจความต้องการในการออกแบบ (Design requirement) เพื่อศึกษาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อวิเคราะห์และเชื่อมโยงอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลเข้ากับศักยภาพในการสร้างสรรค์และกระบวนการผลิตของที่ระลึก โดยใช้กิจกรรมการประชุมระดมความคิดเห็นร่วมกับกลุ่มหัตถกรรมชุมชน เพื่อกำหนดร่างของที่ระลึก (Idea Sketch) ทดลองขึ้นแบบร่าง (Mock up) วิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบและกระบวนการผลิตร่วมกัน มีรายละเอียดแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังนี้

4.2.2.1 กลุ่มเค้กจำปาตะ เป็นกลุ่มผลิตเกี่ยวกับอาหาร ซึ่งการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่า ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวและชาวบ้านในพื้นที่เป็นอย่างดี เนื่องจากสามารถจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง โดยสิ่งที่เป็นที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ ลูกก๊วยจำปาตะ ชีฟฟอนรสจำปาตะ และเค้ก

จำปาตะ ตามลำดับ แต่ผลิตภัณฑ์นั้นยังไม่สะท้อนเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ของอุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลมากนัก แนวคิดจากการระดมความคิดเห็นจึงพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้คำขวัญเดิมของจังหวัดสตูลมา เป็นสิ่งสะท้อนอัตลักษณ์ คำขวัญเดิมคือ “ตะรุเตา ไก่ดำ จำปาตะ คนใจพระ งามเลิศ เชิดสตูล” โดยตัวผลิตภัณฑ์ขนมเน้นวัตถุดิบจากจำปาตะ ซึ่งปลูกมากในอำเภอควนโดนบริเวณริมควน (เนิน,เขา) เมื่อถึงหน้าฝนน้ำฝนจะชะอินทรียี่สารลงมากองที่โคนต้น ทำให้ต้นจำปาตะได้รับปุ๋ยธรรมชาติ รสชาติจำปาตะควนโดนจึงอร่อยเป็นเอกลักษณ์ ได้แก่ พันธ์ข้าวสุตูล ทองเกษตร วังทอง สตูลสีทอง ดอกโดน น้ำดอกไม้ และพันธุ์พื้นเมือง ด้านบรรจุภัณฑ์สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ โดยการนำแบบอัตลักษณ์กลุ่มต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ ซึ่งทางกลุ่มเน้นตามเพลงขวัญสตูล ที่มีเนื้อร้องเกี่ยวกับไก่ดำจำปาตะ ลวดลายผ้าปาเต๊ะ ดอกกาหลง ดอกกล้วยไม้รองเท้านารี ได้ผลการพัฒนาดังนี้



ภาพที่ 4.22 ทดลองขึ้นรูปแบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มเค้กจำปาตะ



ภาพที่ 4.23 แบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มเค้กจำปาตะ

4.2.2.2 กลุ่มกะลามะพร้าว กลุ่มนี้เป็นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและเศษวัสดุธรรมชาติจากพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลได้หลากหลายและสามารถส่งขายอย่างต่อเนื่อง ผลที่ได้รับความนิยมหรือถือว่าเป็นผลงานชิ้นสำคัญของกลุ่มประกอบด้วย โคมไฟดวงโต ลวดลายโมเดล

สื่อธรรมชาติ เหมาะสำหรับการตกแต่งห้องพัก โรงแรม บ้านเรือน บ่งบอกความหรรษาของผู้ครอบครอง แต่อย่างไรก็ตามการผลิตสินค้าดังกล่าวยังไม่แสดงถึงอัตลักษณ์พื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลให้มีภาพจำ ดังนั้นคณะผู้วิจัย เห็นว่าต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล เน้นที่รูปร่างปราสาทหินพันยอด และแบบร่างอัตลักษณ์อื่น ๆ เช่น ว้าวควาย หินงอกหินย้อย ซึ่งมีรูปร่างรูปทรงสวยงาม มีความวิจิตรตระการตา เหมาะสมกับการนำไปตกแต่งสถานที่ เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก มาประยุกต์ใช้ ในการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้ผลการพัฒนาศักยภาพดังนี้



ภาพที่ 4.24 การระดมความคิดเห็นออกแบบแบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว



ภาพที่ 4.25 แบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว

4.2.2.3 กลุ่มจักสานต้นคลุ้ม กลุ่มนี้เป็นการดำเนินงานเกี่ยวกับการจักสานจากต้นคลุ้มที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานธรณีนี้นก็คือ ฝาชี ตะกร้า โคมไฟ ของแต่งบ้าน นอกจากนี้ยังมีการสั่งทำตามแบบที่ต้องการ ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานจากต้นคลุ้มของกลุ่มนั้น

ทั้งคณะผู้วิจัยและสมาชิกในกลุ่ม เห็นว่าผลิตภัณฑ์ต้องมีรูปแบบที่หลากหลาย สอดคล้องกับการใช้งาน อีกทั้งการสร้างลายใหม่ที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่อุทยานธรณี ซึ่งลายใหม่ที่ต้องการพัฒนาจะอยู่ภายใต้ อัตลักษณ์เชิงพื้นที่ เป็นลวดลายเรขาคณิตที่ได้จากสถาปัตยกรรมวัฒนธรรมอิสลาม ได้ผลการพัฒนา ศักยภาพดังนี้



ภาพที่ 4.26 การระดมความคิดเห็นออกแบบร่างกลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม



กระเป๋าสะพาย

ที่ใส่แก้วน้ำ

หมวก

ภาพที่ 4.27 แบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม

4.2.2.4 กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก กลุ่มผ้าบาติกเป็นผ้าที่มีลวดลายสดใสและเป็นผ้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันของชาวบ้านในพื้นที่อุทยานธรณีโลก ซึ่งการสร้างลวดลายโดยการใช้แม่พิมพ์โดยใช้สีธรรมชาติเป็นสีพื้น และได้ทำการตัดเย็บออกมาในรูปแบบของ ผ้าพันคอ เสื้อผ้า กระเป๋า และผ้าปาเต๊ะ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวคือผ้าพันคอใช้สีธรรมชาติ และผ้าปาเต๊ะลวดลายโบราณ แต่ลายผ้ายังไม่ได้เชื่อมโยงกับพื้นที่อุทยานธรณีสตูลหรือพื้นที่เชื่อมโยง ดังนั้นทางกลุ่มและคณะผู้วิจัย เห็นว่าควรสร้างลวดลายของผ้าที่สอดแทรกอัตลักษณ์เชิงพื้นที่อุทยานธรณีวิทยาโลกจังหวัดสตูลเข้าไปด้วยกัน ได้ผลการพัฒนาดังนี้



ภาพที่ 4.28 การระดมความคิดเห็นออกแบบร่างผลิตภัณฑ์บาติก

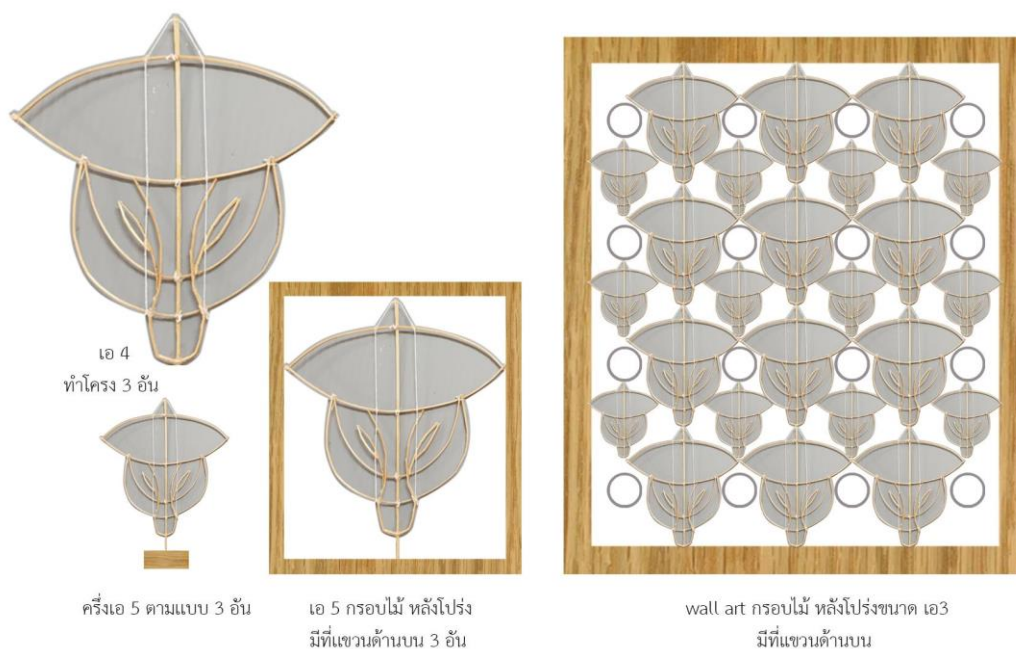


ภาพที่ 4.29 แบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก

4.2.2.5 กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย กลุ่มนี้ดำเนินการทำว่าวเพื่อการละเล่นให้เกิดความเพลิดเพลินในช่วงปลายฝนต้นหนาว หรืออาจจะทำว่าวเพื่อการแข่งขันในงานว่าวนานาชาติซึ่งเป็นงานประเพณีของจังหวัดสตูลเท่านั้น ซึ่งวัตถุดิบหลักในการทำว่าวควายประกอบด้วย ไม้ไผ่ และกระดาษ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงอัตลักษณ์พื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลนั้น ทางกลุ่มร่วมกันคณณนักวิจัยจึงมีแนวคิดให้อยู่ในรูปแบบของการย่อส่วน เนื่องจากขนาดจริงของว่าวควายมีขนาดใหญ่ไม่สะดวกในการพกพาสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นของที่ระลึกหรือตกแต่งบ้าน ได้ผลการพัฒนาดังนี้



ภาพที่ 4.30 การระดมความคิดเห็นออกแบบแบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย



ภาพที่ 4.31 แบบร่างผลิตภัณฑ์กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย

4.2.3 ผลการประเมินแบบร่างผลิตภัณฑ์

คณะผู้วิจัยวิเคราะห์และสรุปผลแนวทางในการออกแบบและกระบวนการผลิตด้วยการเขียนแบบภาพเหมือนจริงของผลิตภัณฑ์ (Rendering) สร้างแบบจำลอง (Model) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และด้านการตลาด จำนวน 3 คน ประเมินประสิทธิภาพด้านการออกแบบและการสื่อสารภาพลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง วิเคราะห์ผลและปรับปรุงแบบโดยมีผลการประเมินดังนี้

4.2.3.1 กลุ่มเค็กจำปาตะ

จากการออกแบบร่าง ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการตลาด ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มเค้กจำปาตะ สามารถอธิบายได้ว่า 1) ด้านการออกแบบผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือรายการที่ 1.2 สามารถแสดงอัตลักษณ์รูปร่างของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ รายการที่ 1.4 มีความสะดวกในการขนย้าย ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รายการที่ 1.5 ดูแลรักษาง่าย และ 2) ด้านการตลาดผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ รายการที่ 2.1 มีเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจได้ รองลงมาคือ รายการที่ 2.3 สื่อถึงเรื่องราวพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รายการที่ 2.5 มีความเหมาะสมด้านราคา ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มเค้กจำปาตะโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ที่ระลึก	ระดับความเหมาะสม	
	$\overline{X}$	S.D.
1. ด้านการออกแบบ		
1.1 สามารถแสดงอัตลักษณ์ของวัตถุดิบ	4.20	0.84
1.2 สามารถแสดงอัตลักษณ์รูปร่างของผลิตภัณฑ์	4.63	0.52
1.3 มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	3.80	0.45
1.4 มีความสะดวกในการขนย้าย	4.20	0.45
1.5 ดูแลรักษาได้ง่าย	3.80	0.74
รวม	4.12	0.60
ระดับความเหมาะสม	มาก	
2.ด้านการตลาด		
2.1 มีเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจได้	4.40	0.55
2.2 มีรูปแบบที่ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.00	0.71
2.3 สื่อถึงเรื่องราวพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล	4.20	0.45
2.4 ชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์	4.00	0.71
2.5 มีความเหมาะสมด้านราคา	3.81	0.81
รวม	4.08	0.64
ระดับความเหมาะสม	มาก	

4.2.3.2 กลุ่มกะลามะพร้าว

จากการออกแบบร่าง คณะผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการตลาด ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าว สามารถอธิบายได้ว่า 1) ด้านการออกแบบผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือรายการที่ 1.1 สามารถแสดงอัตลักษณ์ของวัตถุดิบ และรายการที่ 1.2

สามารถแสดงอัตลักษณ์รูปร่างของผลิตภัณฑ์ ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รายการที่ 1.5 ดูแลรักษาได้ง่าย และ 2) ด้านการตลาดผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D.= 0.49) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ รายการที่ 2.1 มีเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจได้ รองลงมาคือ รายการที่ 2.3 สื่อถึงเรื่องราวพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รายการที่ 2.5 มีความเหมาะสมด้านราคา ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มกะลามะพร้าวโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์	ระดับความเหมาะสม	
	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านการออกแบบ		
1.1 สามารถแสดงอัตลักษณ์ของวัตถุดิบ	4.80	0.45
1.2 สามารถแสดงอัตลักษณ์รูปร่างของผลิตภัณฑ์	4.80	0.45
1.3 มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	4.27	0.43
1.4 มีความสะดวกในการขนย้าย	4.00	0.71
1.5 ดูแลรักษาได้ง่าย	3.80	0.84
รวม	4.33	0.58
ระดับความเหมาะสม	มาก	
2.ด้านการตลาด		
2.1 มีเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจได้	4.60	0.28
2.2 มีรูปแบบที่ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	3.80	0.45
2.3 สื่อถึงเรื่องราวพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล	4.20	0.45
2.4 ชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์	3.86	0.73
2.5 มีความเหมาะสมด้านราคา	3.66	0.39
รวม	4.00	0.49
ระดับความเหมาะสม	มาก	

4.2.3.3) กลุ่มจักสานต้นคลุ้ม

จากการออกแบบร่าง คณะผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการตลาด ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มจักสานต้นคลุ้ม สามารถอธิบายได้ว่า 1) ด้านการออกแบบผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, S.D.= 0.43) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือรายการที่ 1.1 สามารถแสดงอัตลักษณ์ของวัตถุดิบ รองลงมาคือ รายการที่ 1.2 สามารถแสดงอัตลักษณ์รูปร่างของผลิตภัณฑ์ ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รายการที่ 1.5 ดูแลรักษาได้ง่าย และ 2) ด้านการตลาดผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.00$, S.D.= 0.54) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือรายการที่ 2.2 มีรูปแบบที่

ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รองลงมาคือ รายการที่ 2.1 มีเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจได้ ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รายการที่ 2.5 มีความเหมาะสมด้านราคา ดังตารางที่ 4.12

ตารางที่ 4.12 ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มจักสานต้นคลุ้มโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์	ระดับความเหมาะสม	
	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านการออกแบบ		
1.1 สามารถแสดงอัตลักษณ์ของวัตถุดิบ	5.00	0.00
1.2 สามารถแสดงอัตลักษณ์รูปร่างของผลิตภัณฑ์	4.80	0.45
1.3 มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	4.20	0.45
1.4 มีความสะดวกในการขนย้าย	4.40	0.55
1.5 ดูแลรักษาได้ง่าย	4.00	0.71
รวม	4.48	0.43
ระดับความเหมาะสม	มาก	
2. ด้านการตลาด		
2.1 มีเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจได้	4.20	0.45
2.2 มีรูปแบบที่ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.47	0.63
2.3 สื่อถึงเรื่องราวพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล	4.00	0.71
2.4 ชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์	3.80	0.45
2.5 มีความเหมาะสมด้านราคา	3.60	0.55
รวม	4.00	0.54
ระดับความเหมาะสม	มาก	

4.3.2.4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก

จากการออกแบบร่าง คณะผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการตลาด ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าบาติก สามารถอธิบายได้ว่า 1) ด้านการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือรายการที่ 1.1 สามารถแสดงอัตลักษณ์ของวัตถุดิบ รองลงมาคือรายการที่ 1.2 สามารถแสดงอัตลักษณ์รูปร่างของผลิตภัณฑ์ และรายการที่ 1.4 มีความสะดวกในการขนย้าย ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รายการที่ 1.3 มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน และ 2) ด้านการตลาดผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือรายการที่ 2.2 มีรูปแบบที่ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รองลงมาคือ รายการที่ 2.1 มีเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจได้ ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รายการที่ 2.4 ชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าบาติกโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์	ระดับความเหมาะสม	
	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านการออกแบบ		
1.1 สามารถแสดงอัตลักษณ์ของวัตถุดิบ	4.89	0.46
1.2 สามารถแสดงอัตลักษณ์รูปร่างของผลิตภัณฑ์	4.60	0.55
1.3 มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	3.80	0.45
1.4 มีความสะดวกในการขนย้าย	4.60	0.55
1.5 ดูแลรักษาได้ง่าย	4.00	0.71
รวม	4.36	0.54
ระดับความเหมาะสม	มาก	
2. ด้านการตลาด		
2.1 มีเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจได้	4.40	0.35
2.2 มีรูปแบบที่ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.69	0.17
2.3 สื่อถึงเรื่องราวพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล	4.20	0.84
2.4 ชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์	3.84	0.34
2.5 มีความเหมาะสมด้านราคา	3.88	0.15
รวม	4.16	0.64
ระดับความเหมาะสม	มาก	

4.3.2.5) กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย

จากการออกแบบร่าง คณะผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการตลาด ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย สามารถอธิบายได้ว่า 1) ด้านการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, S.D.= 0.40) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือรายการที่ 1.2 สามารถแสดงอัตลักษณ์รูปร่างของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือรายการที่ 1.1 สามารถแสดงอัตลักษณ์ของวัตถุดิบ ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รายการที่ 1.5 ดูแลรักษาได้ง่าย และ 2) ด้านการตลาดผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D.= 0.64) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ รายการที่ 2.1 มีเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจได้ รองลงมาคือ รายการที่ 2.2 มีรูปแบบที่ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ รายการที่ 2.4 ชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14 ประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควายโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่อการออกแบบร่างผลิตภัณฑ์	ระดับความเหมาะสม	
	$\bar{X}$	S.D.
1. ด้านการออกแบบ		

1.1 สามารถแสดงอัตลักษณ์ของวัตถุดิบ	4.60	0.55
1.2 สามารถแสดงอัตลักษณ์รูปร่างของผลิตภัณฑ์	4.90	0.45
1.3 มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	4.40	0.55
1.4 มีความสะดวกในการขนย้าย	4.20	0.45
1.5 ดูแลรักษาได้ง่าย	4.00	0.00
รวม	4.40	0.40
ระดับความเหมาะสม	มาก	
2. ด้านการตลาด		
2.1 มีเอกลักษณ์ดึงดูดความสนใจได้	4.60	0.55
2.2 มีรูปแบบที่ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	4.40	0.55
2.3 สื่อถึงเรื่องราวพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล	4.20	0.84
2.4 ชี้แจงให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์	3.81	0.80
2.5 มีความเหมาะสมด้านราคา	3.82	0.40
รวม	4.16	0.64
ระดับความเหมาะสม	มาก	

4.3 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

4.3.1 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Development Design)

โดยเน้นความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล และพื้นที่เชื่อมโยง ได้แก่ ด้านวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญา และศักยภาพด้านการผลิต แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์ของใช้ โดยประกอบด้วย 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ 1) กลุ่มเค้กจำปาตะ 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก 5) กลุ่มประดิษฐ์วัวควาย



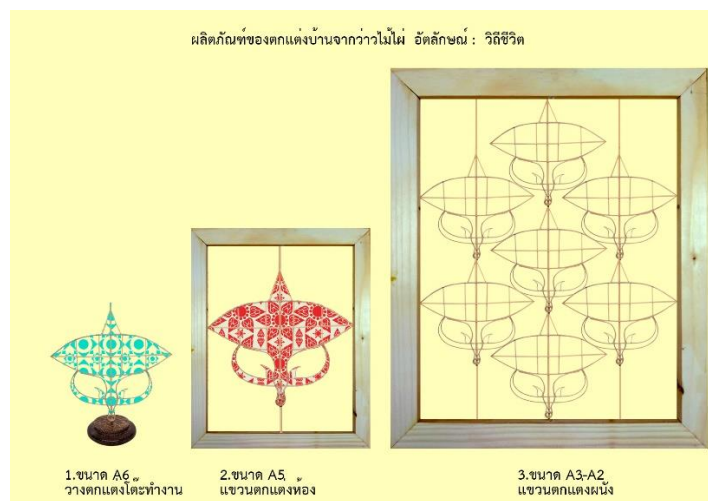
ภาพที่ 4.32 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มเค้กจำปาตะ



ภาพที่ 4.33 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว



ภาพที่ 4.34 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม



ภาพที่ 4.35 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มประดิษฐ์ว่านควาย



ภาพที่ 4.36 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก ชุดที่ 1



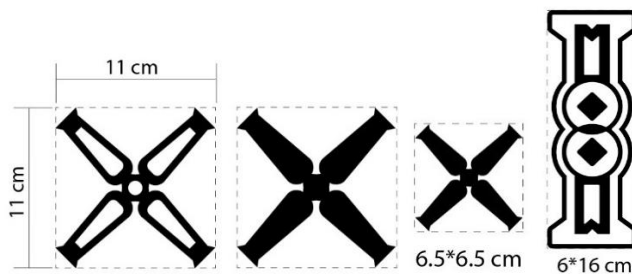
ภาพที่ 4.37 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก ชุดที่ 2



ภาพที่ 4.38 ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก ชุดที่ 3

ในส่วนของการขึ้นต้นแบบด้วยเทคนิคการทำผ้าบาติก ผู้ประกอบการกลุ่มผ้าบาติกเลือกแบบที่มีลวดลายรูปทรงเรขาคณิตตามต้นแบบชุดที่ 1 ลวดลายสถาปัตยกรรม วัฒนธรรมมุสลิม เพื่อ

ทดลองด้วยเทคนิคการทำผ้าของกลุ่ม และใช้สีดินย้อมเป็นสีพื้นจากนั้นจึงใช้บล็อกไม้พิมพ์ลาย ลงสี เคลือบสี ตามลำดับ



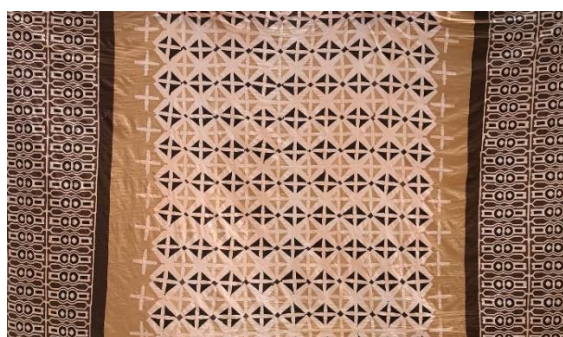
ภาพที่ 4.39 ลวดลายสำหรับสิ่งผลิตบล็อกไม้



ภาพที่ 4.40 บล็อกไม้



ภาพที่ 4.41 การใช้บล็อกไม้พิมพ์ลายผ้า



ภาพที่ 4.42 ผลการใช้บล็อกไม้พิมพ์ผ้าบาติกลวดลายสถาปัตยกรรม วัฒนธรรมมุสลิม

4.3.2 ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คณะผู้วิจัยจะจงออกแบบพัฒนาเฉพาะบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มเค้กจำปาตะเท่า่นั้น โดยมีการศึกษาประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 367) พ.ศ. 2557 เรื่อง การแสดงฉลากของอาหารในภาชนะบรรจุ โดยมีรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์อันประกอบด้วย ตราสินค้า ชื่ออาหาร ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิตโดยใช้ข้อความว่า “ผลิตและจัดจำหน่ายโดย” ส่วนประกอบสำคัญ ข้อมูลสำหรับผู้แพ้

อาหาร แสดงวันเดือนปี สำหรับอาหารที่มีอายุการเก็บไม่เกิน 90 วัน โดยมีข้อความว่า “ควรบริโภคก่อน” แสดงข้อความข้อแนะนำในการเก็บรักษาบนบรรจุภัณฑ์ การวิจัยมีกระบวนการออกแบบร่าง (Sketch Design) เริ่มจากการศึกษาคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ทางด้านลักษณะทางกายภาพ และคุณสมบัติทางเคมี การกำหนดขนาดสัดส่วน โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ลักษณะการใช้งาน การปกป้องคุ้มครองสินค้า การอำนวยความสะดวกในการขนส่ง จากนั้นจึงออกแบบพัฒนา (Development Design) โดยกำหนดวัสดุ จากผลการศึกษาลักษณะทางกายภาพ กำหนดการพิมพ์ (Specification Artwork) แล้วจึงทดสอบการใช้งาน (Mock up) และสั่งผลิตต้นแบบจริง (Prototype) โดยมีผลการออกแบบดังนี้

4.3.2.1 บรรจุภัณฑ์โรตีกาปายจำปาตะ ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (inner packaging) เป็นถุงพลาสติกใสมองเห็นรูปลักษณะของขนม บรรจุปิดผนึกด้วยความร้อน (Hot sealing) สะดวกต่อการขนส่ง ป้องกันการซึมผ่านของอากาศ และป้องกันการทำลายอาหารจากแบคทีเรียและเชื้อรา บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Outer packaging) เป็นกล่องกระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม พิมพ์ 4 สี ด้วยระบบออฟเซต (offset) ไคคัท (dicut) และเคลือบ PVC หรือเคลือบลามิเนตแบบด้าน (Matte) ด้วยการใช้ความร้อนอัดฟิล์มแผ่นบาง ๆ ให้ติดบนผิวกระดาษ สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำ เพิ่มความแข็งแรงให้บรรจุภัณฑ์สามารถพับขึ้นรูปและตั้งทรงได้สวยงามในขณะที่ทำการ Display สินค้า มีช่องหน้าต่างสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจในการตรวจสอบสินค้าของผู้บริโภค มีรายละเอียดดังภาพที่ 4.43





ภาพที่ 4.43 บรรจุภัณฑ์ขนมโรตีกาปายจำปาตะ

4.3.2.2 บรรจุภัณฑ์ขนมหม้อแกงจำปาตะ ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (inner packaging) เป็นถ้วยฟอยล์สี่เหลี่ยมมีฝาพลาสติก บรรจุจำนวน 4 ชิ้น ป้องกันการซึมเปื้อนของไขมันจากขนม บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Outer packaging) เป็นกล่องกระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม พิมพ์ 4 สี ด้วยระบบออฟเซต (offset) ไคคัท (dicut) และเคลือบ PVC หรือเคลือบลามิเนตแบบด้าน (Matte) ด้วยการใช้ความร้อนอัดฟิล์มแผ่นบาง ๆ ให้ติดบนผิวกระดาษ สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำ เพิ่มความแข็งแรงให้บรรจุภัณฑ์สามารถพับขึ้นรูปและตั้งทรงได้สวยงามในขณะที่ทำการ Display สินค้า มีช่องหน้าต่างสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจในการตรวจสอบสินค้าของผู้บริโภค มีรายละเอียดดังภาพที่ 4.44





ภาพที่ 4.44 บรรจุภัณฑ์ขนมหม้อแกวเจ้าป่าตะ

4.3.2.3 บรรจุภัณฑ์ขนมไข่เจ้าป่าตะ ประกอบด้วยบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (inner packaging) ของพลาสติกใสมองเห็นรูปลักษณะของขนม บรรจุปิดผนึกด้วยความร้อน (Hot sealing) สะดวกต่อการขนส่ง ป้องกันการซึมผ่านของอากาศ และป้องกันการทำลายอาหารจากแบคทีเรียและเชื้อรา บรรจุจำนวน 3 ชั้น ส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Outer packaging) เป็นกล่องกระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม พิมพ์ 4 สี ด้วยระบบออฟเซต (offset) ไคคัท (dicut) และเคลือบ PVC หรือเคลือบลามิเนตแบบด้าน (Matte) ด้วยการใช้ความร้อนอัดฟิล์มแผ่นบาง ๆ ให้ติดบนผิวกระดาษ สามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำ เพิ่มความแข็งแรงให้บรรจุภัณฑ์สามารถพับขึ้นรูปและตั้งทรงได้สวยงามในขณะที่ทำการ Display สินค้า มีช่องหน้าต่างสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจในการตรวจสอบสินค้าของผู้บริโภค มีรายละเอียดดังภาพที่ 4.45



ภาพที่ 4.45 บรรจุภัณฑ์ขนมไข่จำปาตะ

4.3.3 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์

ในขั้นตอนนี้เป็นการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารและไม่ใช่อาหาร ประกอบด้วย การทดสอบปริมาณจุลินทรีย์ในโรติกาปาย โดยศูนย์พัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรเพื่อการส่งออก คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา รายการทดสอบประกอบด้วย *Total viable count Yeast & Mold count*, *Staphylococcus aureus*, *Bacillus cereus*, *Clostridium perfringens*, *Escherichia coli*, *Salmonella spp.* (25 g) และการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน ซึ่งใช้รายการประเมินตามเกณฑ์ที่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) กำหนด โดยเจาะจงประเมินเฉพาะรายการที่สามารถพิจารณาได้ด้วยตาและเว้นการประเมินคุณภาพการบรรจุ (บรรจุภัณฑ์) มาตรฐานที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินประกอบด้วย มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก (มผช.51/2552) ผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว (มผช.8/2560) ผลิตภัณฑ์จักสานจากต้นคลุ้ม (มผช.188/2556) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ว่าวไทย (มผช.429/2547) แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใน

แต่ละกลุ่มมีช่วงราคาแตกต่างกันมาก บางกลุ่มมีลักษณะผลิตภัณฑ์เหมือนกัน ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงคัดเลือกผลิตภัณฑ์กลุ่มละ 1 ผลิตภัณฑ์ ที่มีราคาน้อยที่สุดในกลุ่มแต่ยังสอดคล้องกับการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ของจังหวัดสตูลมาเพื่อดำเนินตรวจประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์

ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสตูลที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแต่ละครั้ง ไม่เกิน 500 บาท มีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสตูลที่ซื้อของที่ระลึกที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแต่ละครั้ง 501-1,000 บาท และ 1,001-1,500 บาท (ชาฟูเราะห์ สาเฮาะ. 2558 : 123) ดังนั้น ในการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ในงานวิจัยครั้งนี้จึงประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับช่วงราคาดังกล่าว มีรายการดังต่อไปนี้ 1) ขนมโรตีกาปาย จำปาตะ กล่องละ 169 บาท 2) ว้าวควายสำหรับวางตกแต่ง ชั้นละ 299 บาท 3) ที่รองแก้วจากกะลา ชั้นละ 499 บาท 4) ผ้าบาติก ผืนละ 700 บาท 5) กระเป๋าจักสานจากคลุ้ม ใบละ 1,500 บาท โดยมีรายละเอียดผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้

ผลการทดสอบปริมาณจุลินทรีย์ในผลิตภัณฑ์โรตีกาปาย พบว่า มีปริมาณจุลินทรีย์อยู่ในเกณฑ์คุณภาพทางจุลชีววิทยาของอาหารและภาชนะสัมผัสอาหาร ฉบับที่ 3 กลุ่มอาหารพร้อมบริโภค ประเภทขนมอบที่มีไส้หรือไม่มีไส้ (กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์. 2560 : 4) กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กำหนด ทั้งในส่วนของจุลินทรีย์ที่ทำให้เกิดการเสื่อมเสีย ได้แก่ Total viable count ผลการทดสอบพบว่า จำนวนจุลินทรีย์ น้อยกว่า 10 CFU/กรัม Yeast & Mold count ผลการทดสอบ พบว่า จำนวนยีสต์และรา น้อยกว่า 10 CFU/กรัม และจุลินทรีย์ที่ก่อโรค ได้แก่ Staphylococcus aureus น้อยกว่า 3 MPN/กรัม Bacillus cereus น้อยกว่า 10 CFU/กรัม Clostridium perfringens น้อยกว่า 10 CFU/กรัม Escherichia coli น้อยกว่า 3 MPN/กรัม Salmonella sp. ปริมาณที่กำหนดไม่พบใน 25 กรัม โรตีกาปายที่ผ่านการวิเคราะห์หามีความปลอดภัยสำหรับการบริโภค ดังตารางที่ 4.15



ภาพที่ 4.46 โรตีกาปายจำปาตะ

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบปริมาณจุลินทรีย์ในผลิตภัณฑ์โรตีกาปาย

ชื่อ/รหัสตัวอย่าง	รายการทดสอบ	ผลทดสอบ (หน่วย)
โรตีกาปาย	Total viable count	10 CFU/g
	Yeast & Mold count	<10CFU/g
	Staphylococcus aureus	<3 MPN/g
	Bacillus cereus	<10 CFU/g

	<i>Clostridium perfringens</i>	<10 CFU/g
	<i>Escherichia coli</i>	<3 MPN/g
	<i>Salmonella spp. (25 g)</i>	Negative

ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กระเป๋าทันคลัม ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตามรายการตรวจสอบคุณภาพของมาตรฐานผลิตภัณฑ์จักสานตันคลัม มพช.188/2546 พบว่า มีระดับคุณภาพโดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 เมื่อพิจารณา รายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การประกอบด้วยวัสดุอื่น ต้องประณีต ติดแน่น คงทน กลมกลืน และเหมาะสมกับชิ้นงาน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ลักษณะทั่วไป ต้องมีรูปทรงสวยงาม ประณีต เรียบร้อย ไม่บิดเบี้ยว ไม่มีเส้นขน เส้น ผ่นผง รายละเอียดดังตารางที่ 4.16



ภาพที่ 4.47 กระเป๋าทันคลัม

ตารางที่ 4.16 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์จักสานตันคลัม (มพช.188/2546)

ลำดับที่	รายการตรวจสอบ	เกณฑ์กำหนด	ระดับคุณภาพ	
			$\bar{X}$	SD
1	ลักษณะทั่วไป	ต้องมีรูปทรงสวยงาม ประณีต เรียบร้อย ไม่บิดเบี้ยว ไม่มีเส้นขน เส้น ผ่นผง	3.21	0.56
		ต้องไม่มีราปรากฏให้เห็นเด่นชัดตลอดชิ้นงาน	3.56	0.25
2	เส้นตันคลัม	ต้องไม่แตก เหยว่ย่น ผุ เปราะ ไม่มีราปรากฏให้เห็นเด่นชัด และปราศจากร่องรอยการเจาะกัดกินของแมลง	4.25	0.33
3	ลวดลาย	ต้องประณีต สวยงาม สม่่าเสมอ ครบถ้วน ถูกต้องตามแบบของลวดลาย และต้องไม่เห็นรอยต่อตลอดชิ้นงานอย่างเด่นชัด	3.44	0.28
4	การประกอบด้วยวัสดุอื่น	ต้องประณีต ติดแน่น คงทน กลมกลืน และเหมาะสมกับชิ้นงาน	4.66	0.43

ลำดับที่	รายการตรวจสอบ	เกณฑ์กำหนด	ระดับคุณภาพ	
			$\bar{X}$	SD
5	การเคลือบเงา	ต้องเรียบ สม่ำเสมอ ไม่เป็นเม็ด เป็นตุ่ม เป็นคราบ กรอบ แตก หรือหลุดลอก และต้องไม่ทำให้ชิ้นงานขาดความสวยงามตามธรรมชาติ	4.12	0.53
6	การใช้งาน	ต้องสามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน	3.85	0.63
รวม			3.87	0.43
ระดับคุณภาพ			ผ่าน	

ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ว่าวควายสำหรับวางตกแต่ง พบว่า ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตามรายการตรวจสอบคุณภาพของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ว่าวไทย มผช.429/2547 พบว่า มีระดับคุณภาพโดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ลักษณะทั่วไปที่มีความประณีต สวยงาม มีรูปแบบรูปทรงและสัดส่วนตามมาตรฐานของว่าวควาย ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด การประกอบด้วยวัสดุอื่นต้องประณีต ติดแน่น คงทน บริเวณรอยต่อต้องเรียบร้อย ปราศจากร่องรอยของคราบขาวหรือวัสดุเชื่อมประสานที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัด ดังตาราง 4.17



ภาพที่ 4.48 ว่าวควายสำหรับวางตกแต่ง

ตารางที่ 4.17 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ว่าวไทย (มผช.429/2547)

ลำดับที่	รายการตรวจสอบ	เกณฑ์กำหนด	ระดับคุณภาพ	
			$\bar{X}$	S.D.
1	ลักษณะทั่วไป	ต้องประณีต สวยงาม มีรูปแบบรูปทรงและสัดส่วนตามมาตรฐานของว่าวควาย	3.72	0.11
		โครงไม้ต้องไม่บิดเบี้ยวหรือเสียรูปทรง และปราศจากรอยตำหนิ เช่น รอยปริแตก ร่องรอยการเจาะกัดกินของแมลง ปรากฏให้เห็นเด่นชัด	3.56	0.13
2	ลวดลาย	ต้องประณีต สวยงาม	3.62	0.21
3	สี	ต้องสม่ำเสมอ ไม่ต่าง หลุด หรือลอก และเมื่อลูบผลิตภัณฑ์แล้วสีต้องไม่ติดมือ	3.25	0.22

4	การประกอบด้วยวัสดุอื่น	ต้องประณีต ติดแน่น คงทน บริเวณรอยต่อต้องเรียบร้อย ปราศจากร่องรอยของคราบขาวหรือวัสดุเชื่อมประสานที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัด	3.55	0.10
5	การใช้งาน	ต้องสามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน	3.45	0.09
รวม			3.52	0.14
ระดับคุณภาพ			ผ่าน	

ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่รองแก้วจากกะลามะพร้าว พบว่า ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตามรายการตรวจสอบคุณภาพของมาตรฐานผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว มผช.8/2546 พบว่า มีระดับคุณภาพโดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การใช้งานต้องสามารถใช้งานได้ตรงตามประเภทของผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การเคลือบเงา ผิวที่เคลือบเงาต้องเรียบ มีความเงาสม่ำเสมอไม่เป็นเม็ด และต้องไม่ทำให้ชิ้นงานขาดความสวยงามตามธรรมชาติ ดังตารางที่ 4.18



ภาพที่ 4.49 ที่รองแก้วจากกะลามะพร้าว

ตารางที่ 4.18 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว (มผช.8/2546)

ลำดับที่	รายการตรวจสอบ	เกณฑ์กำหนด	ระดับคุณภาพ	
			$\bar{X}$	S.D.
1	ลักษณะทั่วไป	ต้องมีรูปร่าง รูปทรงเหมาะสมและสวยงาม ในกรณีที่มีการประกอบด้วยวัสดุอื่นๆ ต้องติดแน่น คงทน ประณีต และเหมาะสมกับชิ้นงาน	4.21	0.28
2	การเคลือบเงา	ผิวที่เคลือบเงาต้องเรียบ มีความเงาสม่ำเสมอไม่เป็นเม็ด และต้องไม่ทำให้ชิ้นงานขาดความสวยงามตามธรรมชาติ	4.20	0.56
3	การใช้งาน	ต้องสามารถใช้งานได้ตรงตามประเภทของผลิตภัณฑ์	4.35	0.34
รวม			4.25	0.39
ระดับคุณภาพ			ผ่าน	

ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก พบว่า ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตามรายการตรวจสอบคุณภาพของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ผ้าบาติก มผช.51/2552

พบว่า มีระดับคุณภาพโดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ลักษณะทั่วไป เส้นเทียนต้องคมชัดทั้งด้านหน้าและด้านหลังของผืนผ้า ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ต้องสะอาดและอยู่ในสภาพเรียบร้อย มีสีและลวดลายสวยงามผสมผสานกลมกลืนตลอดทั้งผืนผ้า ดังตารางที่ 4.19



ภาพที่ 4.50 ผ้าบาติก

ตารางที่ 4.19 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก (มผช.51/2552)

ลำดับที่	รายการตรวจสอบ	เกณฑ์กำหนด	ระดับคุณภาพ	
			$\bar{X}$	S.D.
1	ลักษณะทั่วไป	ต้องสะอาดและอยู่ในสภาพเรียบร้อย มีสีและลวดลายสวยงามผสมผสานกลมกลืนตลอดทั้งผืนผ้า	4.11	0.37
		เส้นเทียนต้องคมชัดทั้งด้านหน้าและด้านหลังของผืนผ้า	4.26	0.48
		ไม่มีข้อบกพร่องที่เกิดจากกรรมวิธีการทำและมีผลเสียต่อการใช้งานให้เห็นอย่างชัดเจน เช่น การลงสีไม่สม่ำเสมอ มีรอยต่าง	4.07	0.22
2	เอกลักษณ์	สามารถมองเห็นลวดลายทั้งสองด้าน	4.03	0.54
รวม			4.11	0.40
ระดับคุณภาพ			ผ่าน	

4.3.4 การทดสอบตลาด

คณะผู้วิจัยดำเนินการทดสอบทางการตลาด โดยการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย จำนวน 158 คน เพศหญิง 242 คน ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 36 ปี จำนวน 345 คน โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 กลุ่ม ดังนี้

4.3.4.1 กลุ่มเค้กจำปาตะ

ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมหม้อแกงจำปาตะ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์ 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 5 ความสะดวกในการกิน/พกพา/ขนส่ง และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมไข่จำปาตะ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 1 สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 4 โครงสร้างและขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และ ข้อ 5 ความสะดวกในการกิน/พกพา/ขนส่ง ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์โรตีกาบายจำปาตะ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 การใช้สี/วัสดุเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และ ข้อ 5 ความสะดวกในการกิน/พกพา/ขนส่ง และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 2 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.20 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเค้กจำปาตะ

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
การสะท้อนอัตลักษณ์						
1. สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์	4.28	0.63	4.27	0.65	4.37	0.56

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
2. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ	4.23	0.75	4.35	0.59	4.07	0.55
3. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.37	0.66	4.49	0.61	4.33	0.55
4.ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์	4.12	0.66	4.46	0.73	4.26	0.66
5. ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล	4.21	0.71	4.41	0.72	4.22	0.70
รวม	4.24	0.55	4.39	0.57	4.25	0.45
โครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์						
1. ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.33	0.57	4.32	0.58	4.37	0.63
2. รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.21	0.83	4.27	0.73	4.30	0.67
3. การใช้สี/วัสดุเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.26	0.54	4.38	0.64	4.42	0.64
4. โครงสร้างและขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.21	0.56	4.38	0.59	4.33	0.55
5. ความสะดวกในการกิน/พกพา/ขนส่ง	4.14	0.64	4.38	0.59	4.30	0.67
6. รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน	4.26	0.58	4.36	0.59	4.33	0.68
รวม	4.23	0.53	4.35	0.53	4.34	0.52
การตลาด						
1. ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ	4.09	0.61	4.35	0.54	4.07	0.68
2. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.02	0.67	4.22	0.63	4.15	0.72
3. ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด	3.93	0.63	4.16	0.65	4.08	0.74
รวม	4.02	0.58	4.24	0.51	4.10	0.65
รวมทั้งหมด	4.16	0.55	4.32	0.53	4.23	0.54

4.3.4.2 กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว

ผลิตภัณฑ์แก้วน้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์ 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ข้อ 6 รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 1 ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์โคมไฟ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.34 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 1. ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ถาดเอนกประสงค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 5. ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 2 รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 6. รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด ดังตารางที่ 4.21

ตารางที่ 4.21 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกะลามะพร้าว

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
การสะท้อนอัตลักษณ์						
1. สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์	4.41	0.55	4.36	0.53	4.04	0.79
2. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ	4.35	0.63	4.14	0.68	4.21	0.63
3. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.43	0.60	4.48	0.51	4.25	0.75
4. ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์	4.30	0.57	4.38	0.66	4.07	0.86
5. ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล	4.35	0.59	4.45	0.63	3.93	0.86
รวม	4.37	0.49	4.36	0.49	4.10	0.63
โครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์						
1. ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.41	0.55	4.48	0.51	4.04	0.64
2. รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.43	0.55	4.19	0.83	4.11	0.83

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
3. การใช้สี/วัสดุเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.43	0.50	4.40	0.54	4.07	0.77
4. โครงสร้างและขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.41	0.50	4.36	0.58	4.04	0.64
5. ความสะดวกในการกิน/พกพา/ขนส่ง	4.41	0.50	4.24	0.69	4.07	0.72
6. รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน	4.46	0.51	4.38	0.58	3.93	0.72
รวม	4.42	0.41	4.34	0.51	4.04	0.60
การตลาด						
1. ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ	4.16	0.60	4.26	0.59	4.07	0.66
2. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.08	0.60	4.19	0.71	4.07	0.72
3. ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด	4.00	0.62	4.21	0.72	3.82	0.61
รวม	4.08	0.53	4.22	0.61	3.99	0.57
รวมทั้งหมด	4.29	0.47	4.30	0.53	4.04	0.60

4.3.4.3 กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม

ผลิตภัณฑ์หมวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 1 ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายใบเล็ก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและข้อ 5 ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูลส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 1 ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และข้อ 6 รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 2 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์ที่ใส่แก้วน้ำ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 5 ผลิตภัณฑ์สะท้อนความ

เป็นจังหวัดสตูล 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ข้อ 6 รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 5 ความสะดวกในการกิน/พกพา/ขนส่ง และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต้นคลุ้ม

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
การสะท้อนอัตลักษณ์						
1. สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์	4.14	0.59	4.38	0.63	4.33	0.62
2. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ	4.14	0.76	4.26	0.59	4.28	0.64
3. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.21	0.74	4.44	0.55	4.50	0.55
4. ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์	4.18	0.72	4.33	0.70	4.28	0.68
5. ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล	4.29	0.76	4.31	0.73	4.25	0.67
รวม	4.19	0.60	4.34	0.53	4.33	0.49
โครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์						
1. ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.29	0.60	4.26	0.59	4.45	0.55
2. รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	3.93	1.02	4.31	0.61	4.43	0.59
3. การใช้สี/วัสดุเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.18	0.67	4.33	0.58	4.45	0.55
4. โครงสร้างและขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.18	0.61	4.28	0.56	4.40	0.55
5. ความสะดวกในการกิน/พกพา/ขนส่ง	4.11	0.74	4.33	0.58	4.33	0.62
6. รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน	4.14	0.59	4.26	0.59	4.48	0.60
รวม	4.14	0.60	4.29	0.47	4.42	0.50
การตลาด						
1. ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ	4.07	0.66	4.23	0.67	4.28	0.60
2. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.86	0.76	4.15	0.63	4.20	0.56

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
3. ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด	3.82	0.72	4.34	0.53	4.10	0.63
รวม	3.92	0.62	4.18	0.56	4.19	0.54
รวมทั้งหมด	4.08	0.60	4.27	0.52	4.31	0.51

4.3.4.4 กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก

ผลิตภัณฑ์รูปแบบลวดลายสถาปัตยกรรมวัฒนธรรมอิสลาม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและข้อ 5 ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 4 ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์ และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์รูปแบบพุทธวัฒนธรรม วัด มัสยิด ศาลเจ้า พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 5 ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์รูปแบบลวดลายหมู่เกาะและวิถีชีวิต พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 5 ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 การใช้สี/วัสดุเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 1 ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และข้อ 6 รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจนและ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 2 ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าบาติก

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
การสะท้อนอัตลักษณ์						
1. สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์	4.33	0.52	4.23	0.65	4.35	0.75
2. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ	4.22	0.59	4.23	0.73	4.27	0.67
3. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.37	0.57	4.34	0.64	4.54	0.65
4. ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์	4.33	0.60	4.29	0.71	4.15	0.83
5. ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล	4.33	0.60	4.31	0.72	4.15	0.88
รวม	4.31	0.47	4.28	0.59	4.29	0.59
โครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์						
1. ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.37	0.53	4.34	0.59	4.27	0.67
2. รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.37	0.53	4.06	1.00	4.31	0.68
3. การใช้สี/วัสดุเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.39	0.54	4.20	0.68	4.42	0.58
4. โครงสร้างและขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.30	0.55	4.29	0.62	4.31	0.55
5. ความสะดวกในการกิน/พกพา/ขนส่ง	4.39	0.54	4.09	0.70	4.31	0.68
6. รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน	4.33	0.56	4.31	0.63	4.27	0.67
รวม	4.36	0.43	4.21	0.63	4.31	0.53
การตลาด						
1. ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ	4.20	0.58	4.14	0.60	4.19	0.69
2. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.04	0.59	4.14	0.69	4.23	0.76
3. ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด	3.98	0.61	4.14	0.69	4.04	0.72
รวม	4.07	0.52	4.14	0.61	4.15	0.65
รวมทั้งหมด	4.24	0.47	4.21	0.61	4.25	0.59

3.5 กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย

ผลิตภัณฑ์ว่าวควายตกแต่งบนโต๊ะทำงาน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือข้อ 5 ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับ

มาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์กรอบรูปวาวควายขนาดเล็ก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 4 โครงสร้างและขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 2 รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด

ผลิตภัณฑ์กรอบรูปวาวควายตกแต่งผนังห้อง พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ 1) ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ ข้อ 3 ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 5 ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล 2) ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 6 รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 4 โครงสร้างและขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และ 3) ด้านการตลาด โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ข้อ 1 ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ข้อ 3 ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวาวควาย

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
การสะท้อนอัตลักษณ์						

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD	$\bar{X}$	SD
1. สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์	4.33	0.53	4.33	0.64	4.20	0.71
2. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ	4.15	0.74	4.23	0.53	4.36	0.70
3. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.33	0.53	4.37	0.62	4.56	0.71
4. ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์	4.31	0.66	4.26	0.66	4.24	0.83
5. ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล	4.41	0.64	4.23	0.68	4.16	0.85
รวม	4.31	0.50	4.28	0.53	4.30	0.62
โครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์						
1. ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.41	0.50	4.30	0.60	4.28	0.68
2. รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.26	0.85	4.28	0.63	4.20	0.82
3. การใช้สี/วัสดุเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.36	0.54	4.33	0.57	4.32	0.75
4. โครงสร้างและขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.38	0.49	4.33	0.52	4.12	0.73
5. ความสะดวกในการกิน/พกพา/ขนส่ง	4.33	0.66	4.28	0.55	4.16	0.75
6. รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน	4.33	0.62	4.28	0.55	4.32	0.69
รวม	4.35	0.51	4.30	0.47	4.23	0.64
การตลาด						
1. ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ	4.18	0.60	4.16	0.57	4.20	0.71
2. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.15	0.67	4.12	0.66	4.08	0.70
3. ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด	4.03	0.67	4.09	0.68	4.00	0.65
รวม	4.12	0.59	4.12	0.58	4.09	0.57
รวมทั้งหมด	4.26	0.53	4.23	0.52	4.20	0.61

4.3.5 ผลการพัฒนาตลาดงานผ้าที่สอดคล้องกับความต้องการของส่วนราชการจังหวัดสตูล

เนื่องจากการระดมความคิดเห็นร่วมกับกลุ่มบาติกภายหลังจากการทดลองใช้บล็อกไม้ผลิตต้นแบบผ้าบาติกแล้วนั้น กลุ่มหัตถกรรมบาติกมีความต้องการผ้าลวดลายฟอสซิล ซึ่งได้รับการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานราชการภายในจังหวัด ที่เน้นการใช้รูปร่างรูปทรงหรือเรื่องราวของฟอสซิลที่ถูกค้นพบในพื้นที่อุทยานธรณีโลกเป็นจุดขายของสินค้าหัตถกรรมภายในจังหวัดสตูล ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้ออกแบบปรับปรุงลวดลายสำหรับผ้าบาติกโดยการออกแบบใหม่ 1 ชุด (Set) โดยใช้รูปร่างของข้างสเตโกดอน นอติลอยด์ (Nautilolid) แอมโมไนต์ (Ammonite) แบรคิโอพอด (Brachiopod) ไทรโลไบต์ (Trilobite) โดยใช้รูปร่างใบไม้และสาหร่ายเพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์ของธรรมชาติและความอุดมสมบูรณ์ ในการผลิตผ้าสามารถทำได้ 2 แนวทางคือ ผลิตบล็อกไม้โดยให้ลวดลายอยู่ภายในบล็อกไม้ชิ้นเดียวกัน หรือ ผลิตบล็อกไม้โดยแยกชิ้นของฟอสซิลแต่ละชนิดผสมผสานเทคนิคการเขียนลายบาติกด้วยมือ เพื่อวาดองค์ประกอบที่เป็นใบไม้และสาหร่าย ใช้โทนสีน้ำเงินแสดงความอุดมสมบูรณ์ของทะเลและภูเขา ตัดกับสีส้มซึ่งเป็นสีของดินในพื้นที่อุทยานธรณีโลก ดังรายละเอียดในภาพที่ 4.51

จากนั้นจึงนำไปศึกษาความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวจำนวน 200 คน โดยเจาะจงเฉพาะประเด็นการการสะท้อนอัตลักษณ์เท่านั้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการสะท้อนอัตลักษณ์โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว 4.74 สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ 4.65 ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล 4.41 ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์ 4.31 ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ 4.24 ตามลำดับ ดังตารางที่ 4.25



ภาพที่ 4.51 แบบร่างลวดลายฟอสซิลสำหรับงานบาติก



ภาพที่ 4.52 แบบร่างผลิตภัณฑ์ลวดลายฟอสซิลสำหรับงานบาติก

ตารางที่ 4.25 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์ลวดลายฟอสซิลสำหรับงานบาติก

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ (ผลิตภัณฑ์ลวดลายฟอสซิล)	
	$\bar{X}$	SD
การสะท้อนอัตลักษณ์		
1. สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์	4.65	0.42
2. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ	4.24	0.55
3. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.74	0.14
4. ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์	4.31	0.62
5. ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล	4.41	0.31

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ (ผลิตภัณฑ์ลวดลายฟอสซิล)	
	$\bar{X}$	SD
รวม	4.47	0.40

คณะผู้วิจัยได้ผลิตบล็อกไม้เป็นลวดลายฟอสซิล จำนวน 4 ตัว ประกอบด้วย นอติลอยด์ แอมโมไนต์ แบรคิโอพอด ไทรโลไบต์ ดังรูปปูนปั้นที่ปรากฏในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล



ภาพที่ 4.53 ปูนปั้นนอติลอยด์ (Nautiloid)



ภาพที่ 4.54 ปูนปั้นแอมโมไนต์ (Ammonite)



ภาพที่ 4.55 ปูนปั้นแบรคิโอพอด (Brachiopod)



ภาพที่ 4.56 ปูนปั้นไทรโลไบต์ (Trilobite)

ส่วนของลวดลายทำด้วยไม้สักซึ่งเป็นไม้เนื้อแข็ง สามารถนำพาความร้อนได้ดี ทำให้เส้นเทียนมีความสวยงามชัด ส่วนด้ามจับเป็นเศษไม้เนื้ออ่อนทั่วไป สามารถจับได้ถนัดมือและเสบน้ำเทียนได้ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน ตามพฤติกรรมกรรมการพิมพ์ผ้าของผู้ใช้ ให้กลุ่มผ้าบาติกเพื่อใช้ในการผลิตลายผ้าพิมพ์บาติกต่อไป



ภาพที่ 4.57 บล็อกไม้ชุดฟอสซิล

บทที่ 5

สรุป อภิปรายและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย จำนวน 3 ข้อ คือ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง 2) เพื่อพัฒนาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง และ 3) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง โดยกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินการวิจัยเป็นกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล ที่มีศักยภาพการผลิตภายในชุมชน ประกอบด้วย 5 กลุ่ม คือ กลุ่มเค้กจำปาตะ กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก และกลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย ซึ่งการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน และการมีส่วนร่วมระหว่างคณะนักวิจัยกับกลุ่มหัตถกรรมชุมชน โดยสรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาอัตลักษณ์ของอุทยานธรณีโลกและพื้นที่เชื่อมโยงในจังหวัดสตูล โดยการศึกษาเอกสาร และสนทนากลุ่มร่วมกับตัวแทนร้านขายของฝากของที่ระลึก ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล กลุ่มผลิตภัณฑ์ในพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูล จากนั้นดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้กรอบของอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกและพื้นที่เชื่อมโยงในจังหวัดสตูล ในขั้นตอนนี้ นอกจากการศึกษาเอกสารและสนทนากลุ่มแล้ว คณะผู้วิจัยยังเก็บข้อมูลรูปภาพเกี่ยวกับสัญลักษณ์สำคัญในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล ใน 4 อำเภอ คือ อำเภอทุ่งหว้า อำเภอมะนัง อำเภอละงู และอำเภอเมืองสตูล จากนั้นนำภาพที่ได้มาถอดแบบร่างอัตลักษณ์ ผลที่ได้จากขั้นตอนนี้คือ กรอบอัตลักษณ์และแบบร่างอัตลักษณ์ที่ใช้สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยคณะผู้วิจัยดำเนินการแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย ตั้งแต่การประเมินศักยภาพ ความต้องการในการประเมินศักยภาพ และร่วมกันออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เพื่อนำส่งให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการตลาดประเมินความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลที่ได้จากขั้นตอนนี้ คือ ร่างผลิตภัณฑ์ และผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญในเชิงปริมาณ (ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน)

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายและคณะนักวิจัยร่วมมือกันพัฒนาขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ตัวอย่างตามขั้นตอนที่ 2 จากนั้นนำตัวอย่างไปทดสอบทางการตลาดโดยการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ในแต่ละกลุ่ม และจัดทำคู่มือการออกแบบสำหรับถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชน ผลที่ได้จากขั้นตอนนี้ คือ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และคู่มือการออกแบบ

5.1.1 อัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

จากผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า อัตลักษณ์อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ อัตลักษณ์กลุ่มเป้าหมาย อัตลักษณ์ลักษณะเชิงพื้นที่ และอัตลักษณ์เชิงผลิตภัณฑ์ มีรายละเอียดดังนี้

1) อัตลักษณ์กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เพศ อายุ กิจกรรมทางการท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง รูปแบบที่พักอาศัย ค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อของที่ระลึก อิทธิพลในการตัดสินใจซื้อ

2) อัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ประกอบด้วย 1) กลุ่มหมู่เกาะ ได้แก่ เกาะไข่ เกาะหินงาม เกาะเขาใหญ่ 2) กลุ่มภูเขา ได้แก่ ถ้ำเลสเตโกโดล ถ้ำภูผาเพชร 3) กลุ่มวิถีชีวิต ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ พืชพื้นถิ่น สถาปัตยกรรม ศาสนสถาน อาหาร คำขวัญประจำจังหวัด

3) อัตลักษณ์เชิงผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) กลุ่มเค้กจำปาตะ 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กลาเมพร้าว 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก 5) กลุ่มประดิษฐ์วาวควาย

จากอัตลักษณ์ทั้ง 3 กลุ่ม คณะผู้วิจัยได้นำอัตลักษณ์กลุ่มเป้าหมายมากำหนดเป็นแนวทางเพื่อให้ได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 กลุ่ม ที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว จากนั้นจึงนำอัตลักษณ์เชิงพื้นที่มาถอดแบบให้อยู่ในรูปของกราฟฟิก เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มจากการนำภาพถ่ายมาถอดแบบด้วยการใช้โปรแกรมช่วยในการออกแบบปรับแต่งค่าของสีภาพ ความสว่าง และน้ำหนักของภาพ จากนั้นปรับรายละเอียดของจุด เส้น น้ำหนักขาว-ดำ เพื่อแก้ไขรูปร่างของภาพ และจัดการภาพถ่ายซึ่งอยู่ในรูปแบบเจเปค (JPEG) ให้กลายเป็นภาพเวกเตอร์ (VECTOR) ปรับแก้ไขรายละเอียดให้ยังคงสื่อสารความหมายของภาพได้เหมือนต้นฉบับ จากนั้นนำไปออกแบบลวดลาย (pattern) สำหรับใช้กับผลิตภัณฑ์ต่อไป

ผลจากการค้นหาศักยภาพของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภูเขา กลุ่มทะเล กลุ่มวิถีชีวิต พบว่า อัตลักษณ์เชิงพื้นที่กลุ่มวิถีชีวิตมีความเหมาะสมเป็นลำดับที่หนึ่ง โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.392 รองลงมาคือ กลุ่มทะเล โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.332 และกลุ่มภูเขา โดยมีค่าน้ำหนักความสำคัญเท่ากับ 0.276 ตามลำดับ ทั้งนี้พื้นที่อุทยานธรณีโลกครอบคลุม 4 อำเภอ ได้แก่ อ.เมือง อ.ทุ่งหว้า อ.ละงู และ อ.มะนัง ทำให้มีลักษณะอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ปรากฏเป็นภูเขา ทะเล และวิถีชีวิต ผู้วิจัยจึงจะดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยยังคงให้ปรากฏอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ทั้ง 3 กลุ่ม แต่ให้ค่าน้ำหนักความสำคัญกับกลุ่มวิถีชีวิตมากที่สุด

ในส่วนของอัตลักษณ์เชิงผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย 1) กลุ่มเค้กจำปาตะ พบว่า มีศักยภาพในการแปรรูปผลไม้ท้องถิ่นในรูปแบบขนมอบ มีอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ พร้อมสำหรับการทำเบเกอรี่ นอกจากนั้นยังพบว่าได้มีการแปรรูปผลจำปาตะให้เป็นเบเกอรี่ต่าง ๆ โดยการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดสตูลและมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา รวมถึงมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในพื้นที่บริเวณ

ใกล้เคียง จนสามารถผลิตเค้กจำปาตะที่มีรสชาติลงตัว ขนมที่กลุ่มใช้จำปาตะเป็นส่วนประกอบ ได้แก่ ขนมเค้กจำปาตะ ชิฟฟอน คุณก็ เป็นต้น ซึ่งขนมของว่างดังกล่าวเป็นขนมที่ชาวบ้านในพื้นที่ใช้ทานพร้อมเครื่องดื่มประจำถิ่นในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว พบว่า มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากเศษกะลามะพร้าว โดยการแปรรูปเป็นของฝากของที่ระลึกและเครื่องใช้ ด้วยอุปกรณ์และเครื่องมือต่าง ๆ เช่น เครื่องตัดชิ้นงาน เครื่องขัดกระดาษทราย เป็นต้น มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าวและเศษวัสดุธรรมชาติจากพื้นที่อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลได้หลากหลายผลงานที่ได้รับความนิยมของกลุ่มประกอบด้วย โคมไฟสำหรับการตกแต่งห้องพัก โรงแรม บ้านเรือน พวงกุญแจเต่าตนุ แม่เหล็กตู้เย็นรูปแอมโมไนต์ เป็นต้น 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม พบว่า เริ่มต้นสานต่อการจักสานต้นคลุ้มมาจากคนในครอบครัว และมีการถ่ายทอดให้กับเพื่อนบ้านในชุมชน ผลงานจักสานจากต้นคลุ้มที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานธรณีนี้นั้นก็คือ ฝาชี ตะกร้า โคมไฟของแต่งบ้าน โดยมีครูช่างจากชุมชนอื่นมาสอนการขึ้นลายใหม่ ๆ แต่สมาชิกในกลุ่มไม่สามารถขึ้นลายใหม่ด้วยตนเอง อาจจะส่งผลต่อการสืบทอดและพัฒนางานในรูปแบบลวดลายใหม่ที่สร้างเอกลักษณ์ให้แก่กลุ่มได้ 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก พบว่า มีศักยภาพในการเขียนลายบาติก และใช้บล็อกพิมพ์ไม้ ในการสร้างลวดลายที่เชื่อมโยงกับเรื่องราวทางธรณีวิทยาอยู่แล้ว นอกจากนี้ยังมีศักยภาพในการใช้สีจากธรรมชาติ ได้แก่ สีจากใบไม้ เปลือกไม้ ผลไม้ และการใช้สีสีแดงจากดินเทอราโรซาหรือดินที่ผุดงจากพื้นที่หินปูนที่ได้สีแดงจากธาตุเหล็ก สีเหลืองจากโคลน สีน้ำตาลจากเปลือกโกงกาง เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ เสื้อผ้า กระเป๋า และผ้าปาเต๊ะ 5) กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย พบว่า มีทักษะหัตถกรรมที่ประณีตละเอียดอ่อนในการผูกว่าวควาย จากการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากชุมชน ช่างที่มีทักษะโดดเด่นและเชี่ยวชาญด้านโครงสร้างว่าวควายมีอายุมาก ยังไม่มีลูกหลานสืบทอดทักษะดังกล่าวอาจจะหายไปจากชุมชนได้

5.1.2 ผลการพัฒนาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

ประกอบด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้และการระดมความคิดเห็นออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ ในการถ่ายทอดองค์ความรู้มีกระบวนการถอดอัตลักษณ์เพื่อการออกแบบและกระบวนการผลิต โดยการจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ สถานประกอบการของแต่ละกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง จำนวน 5 กลุ่ม องค์ความรู้ที่ถ่ายทอดประกอบด้วย การอธิบายกระบวนการการเก็บข้อมูลอัตลักษณ์ กระบวนการถอดแบบ ผลการถอดแบบอัตลักษณ์ และวิธีการนำอัตลักษณ์ไปใช้ในงานผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกระบวนการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ ในการระดมความคิดเห็นออกแบบร่างผลิตภัณฑ์ มีการจัดประชุมสำรวจความต้องการในการออกแบบ (Design requirement) เพื่อศึกษาศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง เพื่อวิเคราะห์และเชื่อมโยงอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลเข้ากับศักยภาพในการสร้างสรรค์และกระบวนการผลิตของที่ระลึก โดยใช้กิจกรรมการประชุมระดมความคิดเห็นร่วมกับกลุ่มหัตถกรรมชุมชนเพื่อออกแบบร่างของที่ระลึก (Idea Sketch) ทดลองขึ้นแบบร่าง (Mock up) วิเคราะห์ความเหมาะสมของรูปแบบและกระบวนการผลิตร่วมกัน มีรายละเอียดผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มดังนี้

1) กลุ่มเค้กจำปาตะ มีแนวคิดในการใช้คำขวัญเดิมของจังหวัดสตูลมาเป็นสิ่งสะท้อนอัตลักษณ์ คือ “ตะรุเตา ไก่ดำ จำปาตะ คนใจพระ งามเลิศ เชิดสตูล” โดยตัวผลิตภัณฑ์ขนมเน้นวัตถุดิบจากจำปาตะ ด้านบรรจุภัณฑ์สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ โดยการนำแบบอัตลักษณ์กลุ่มต่าง ๆ มา

ประยุกต์ใช้ ซึ่งทางกลุ่มเน้นตามเพลงขวัญสตุล ที่มีเนื้อร้องเกี่ยวกับไก่อดำจำปาตะ ลวดลายผ้าปาเต๊ะ ดอกกาหลง ดอกกล้วยไม้รองเท้านารี

2) **กลุ่มกะลามะพร้าว** มีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตุล เน้นที่รูปร่างปราสาทหินพันยอด และแบบร่างอัตลักษณ์อื่น ๆ เช่น ว้าวควาย หินงอกหินย้อย ซึ่งมีรูปร่างรูปทรงสวยงาม มีความวิจิตรตระการตา เหมาะสมกับการนำไปตกแต่งสถานที่ ที่พักอาศัย

3) **กลุ่มจักสานต้นคลุ้ม** มีแนวคิดพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการใช้งาน เน้นการสร้างลวดลายใหม่ โดยนำลวดลายเรขาคณิตที่ได้จากสถาปัตยกรรมวัฒนธรรมอิสลามมาเป็นแบบ

4) **กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก** มีแนวคิดสร้างลวดลายของผ้าที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์เชิงพื้นที่อุทยานธรณีวิทยาโลกจังหวัดสตุลเข้าไปด้วยกัน โดยนำลวดลายกลุ่มภูเขาโดยเน้นรูปร่างฟอสซิล กลุ่มทะเล และกลุ่มวิถีชีวิตโดยเน้นลวดลายสถาปัตยกรรมวัฒนธรรมอิสลามมาเป็นแบบ

5) **กลุ่มประดิษฐ์ว้าวควาย** มีแนวคิดพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ด้วยการย่อส่วนขนาดว้าวควาย และใช้ลวดลายจากกลุ่มวิถีชีวิตโดยเน้นลวดลายสถาปัตยกรรมวัฒนธรรมอิสลามมาเป็นแบบ สำหรับใช้เป็นของที่ระลึกหรือตกแต่งบ้าน

ผลการประเมินประสิทธิภาพแบบร่างผลิตภัณฑ์สำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตุลและพื้นที่เชื่อมโยง ในด้านการออกแบบและด้านการตลาด โดยเรียงลำดับจากระดับเหมาะสมมากที่สุด พบว่า กลุ่มประดิษฐ์ว้าวควาย มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, S.D.= 0.52) รองลงมา คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D.= 0.59) กลุ่มจักสานต้นคลุ้ม มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D.= 0.48) กลุ่มกะลามะพร้าว มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D.= 0.53) และ กลุ่มเค้กจำปาตะ มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D.= 0.69) ตามลำดับ

5.1.3 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตุล และพื้นที่เชื่อมโยง

5.1.3.1 **การออกแบบผลิตภัณฑ์** ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มเค้กจำปาตะ ประกอบด้วย ขนมหม้อแกงจำปาตะ ขนมไข่จำปาตะ และขนมโรตีกาพายจำปาตะ ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว ประกอบด้วย ที่รองแก้วรูปทรงว้าวควาย โคมไฟรูปทรงหินงอกหินย้อย และถาดเอนกประสงค์รูปทรงปราสาทหินพันยอด ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม ประกอบด้วย หมวก กระเป๋าสะพาย และที่ใส่แก้วน้ำ ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มประดิษฐ์ว้าวควาย ประกอบด้วย ว้าวควายวางตกแต่ง ว้าวควายกรอบรูป และควายตกแต่งผนังขนาด ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก จำนวน 3 ชุด แต่ละชุดประกอบด้วย ชุดคลุมยาว เสื้อเดรส หมวก และผ้าพันคอ โดยชุดที่ 1 นำเสนอลวดลายวิถีชีวิตสถาปัตยกรรมวัฒนธรรมมุสลิม ชุดที่ 2 นำเสนอลวดลายวิถีชีวิต พุทธวัฒนธรรม วัด ศาลเจ้า มัสยิด ชุดที่ 3 นำเสนอลวดลายหมู่เกาะและวิถีชีวิต ในส่วนของการขึ้นต้นแบบด้วยเทคนิคการทำผ้าบาติก ผู้ประกอบการกลุ่มผ้าบาติกเลือกแบบที่มีลวดลายรูปทรงเรขาคณิตตามต้นแบบชุดที่ 1 ลวดลายสถาปัตยกรรม วัฒนธรรมมุสลิม เพื่อทดลองด้วยเทคนิคการทำผ้าของกลุ่ม และใช้สีดินย้อมเป็นสีพื้นจากนั้นจึงใช้บล็อกไม้พิมพ์ลาย

5.1.3.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เจาะจงศึกษาเฉพาะบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มเค้กจำปาตะ ได้ผลการออกแบบประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์โรตารีพายจำปาตะ มีบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (inner packaging) เป็นถุงพลาสติกใสปิดผนึกด้วยความร้อน (Hot sealing) บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Outer packaging) เป็นกล่องกระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม พิมพ์ 4 สี ด้วยระบบออฟเซต (offset) ไคคัท (dicut) และเคลือบ PVC หรือเคลือบลามิเนตแบบด้าน (Matte) มีช่องหน้าต่างสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ขนมหม้อแกงจำปาตะ มีบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (inner packaging) เป็นถ้วยฟอยล์สีเหลี่ยมมีฝาพลาสติก บรรจุจำนวน 4 ชิ้น บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Outer packaging) เป็นกล่องกระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม พิมพ์ 4 สี ด้วยระบบออฟเซต (offset) ไคคัท (dicut) และเคลือบ PVC หรือเคลือบลามิเนตแบบด้าน (Matte) มีช่องหน้าต่างสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ขนมไข่จำปาตะ มีบรรจุภัณฑ์ชั้นใน (inner packaging) เป็นซองพลาสติกใส ปิดผนึกด้วยความร้อน (Hot sealing) ส่วนบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Outer packaging) เป็นกล่องกระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม พิมพ์ 4 สี ด้วยระบบออฟเซต (offset) ไคคัท (dicut) และเคลือบ PVC หรือเคลือบลามิเนตแบบด้าน (Matte) มีช่องหน้าต่างสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์

5.1.3.3 การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์กระเป๋ากลับจากต้นคลุ้ม ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตามรายการตรวจสอบคุณภาพของมาตรฐานผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม มผช.188/2546 มีคุณภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 ผลิตภัณฑ์วาวควายสำหรับวางตกแต่ง ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตามรายการตรวจสอบคุณภาพของมาตรฐานผลิตภัณฑ์วาวไทย มผช.429/2547 พบว่า มีคุณภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 ผลิตภัณฑ์ที่รองแก้วจากกะลามะพร้าว พบว่า ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตามรายการตรวจสอบคุณภาพของมาตรฐานผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว มผช.8/2546 พบว่า มีคุณภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ผลิตภัณฑ์ผ้าบาติก พบว่า ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตามรายการตรวจสอบคุณภาพของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ผ้าบาติก มผช.51/2552 พบว่า มีคุณภาพโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

5.1.3.4 การทดสอบตลาด ดำเนินการโดยการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย จำนวน 158 คน เพศหญิง จำนวน 242 คน ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 36 ปี จำนวน 345 คน โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กลุ่มเค้กจำปาตะ ในด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 กลุ่มประดิษฐ์วาวควาย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ด้านโครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยรวมในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

5.1.3.5 ผลการพัฒนาลวดลายงานผ้าที่สอดคล้องกับความต้องการของส่วนราชการจังหวัด

สตูล เนื่องจากการระดมความคิดเห็นร่วมกับกลุ่มบาติกภายหลังจากการทดลองใช้บล็อกไม้ผลิตต้นแบบผ้าบาติกแล้วนั้น กลุ่มบาติกมีความต้องการผ้าลวดลายฟอสซิล ซึ่งได้รับการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานราชการภายในจังหวัด ที่เน้นการใช้รูปร่างรูปทรงหรือเรื่องราวของฟอสซิลที่ถูกค้นพบในพื้นที่อุทยานธรณีโลกเป็นจุดขายของสินค้าหัตถกรรมภายในจังหวัดสตูล ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงได้ออกแบบปรับปรุงลวดลายสำหรับผ้าบาติกโดยการออกแบบใหม่ 1 ชุด (Set) โดยใช้รูปร่างของซางสเตโกดอน นอติลอยด์ (Nautilolid) แอมโมไนต์ (Ammonite) แบริโอพอด (Brachiopod) ไทรโลไบต์ (Trilobite) ใช้รูปร่างใบไม้และสาหร่ายเพื่อใช้เป็นสัญลักษณ์ของธรรมชาติและคุณสมบัติของธรรมชาติ ได้ผลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวจำนวน 200 คน โดยเจาะจงเฉพาะประเด็นการสะท้อนอัตลักษณ์เท่านั้นพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านการสะท้อนอัตลักษณ์ โดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และ ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ตามลำดับ

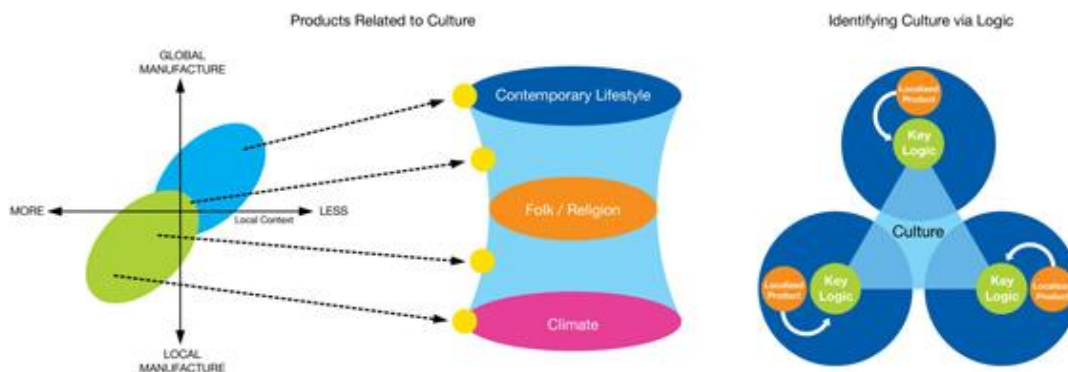
คณะผู้วิจัยได้ผลิตบล็อกไม้เป็นลวดลายฟอสซิล จำนวน 4 ตัว ประกอบด้วย นอติลอยด์ แอมโมไนต์ แบริโอพอด ไทรโลไบต์ โดยส่วนของลวดลายทำด้วยไม้สักซึ่งเป็นไม้เนื้อแข็ง สามารถนำพาความร้อนได้ดี ทำให้เส้นเทียนมีความสวยงามชัด ส่วนด้ามจับเป็นเศษไม้เนื้ออ่อนทั่วไป สามารถจับได้ถนัดมือและสับัดน้ำเทียนได้ง่าย สะดวกต่อการใช้งาน ตามพฤติกรรมกรรมการพิมพ์ผ้าของผู้ใช้ สำหรับให้กลุ่มผ้าบาติกนำไปใช้ในการผลิตลายผ้าพิมพ์บาติกต่อไป

5.2 อภิปรายผล

5.2.1 ประเด็นการเลือกใช้อัตลักษณ์

ผลวิเคราะห์ทางเลือกการใช้งานอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยงในเชิงพื้นที่ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มภูเขา กลุ่มทะเล และกลุ่มวิถีชีวิต เพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า อัตลักษณ์กลุ่มวิถีชีวิตซึ่งได้แก่ ชาติพันธุ์ พิษพื้นถิ่น สถาปัตยกรรม ศาสนสถาน อาหาร คำขวัญประจำจังหวัด มีความเหมาะสมเป็นลำดับที่หนึ่ง ดังนั้นผลงานการออกแบบของผลิตภัณฑ์ 5 กลุ่มจึงเน้นการใช้ลวดลายและรูปร่าง รูปทรงที่ได้จากอัตลักษณ์ในกลุ่มวิถีชีวิต ได้แก่ กลุ่มเค็กจำปาตะ กลุ่มจักสานคลุ้ม กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย แต่อีก 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวและกลุ่มผ้าบาติกมีการออกแบบโดยใช้ลวดลายผสมผสานทั้งกลุ่มทะเล กลุ่มภูเขา และกลุ่มวิถีชีวิต ผลปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวในระดับสูงที่สุดของทั้ง 2 กลุ่มนี้ใช้ลวดลายที่มาจากอัตลักษณ์กลุ่มภูเขาและกลุ่มทะเล สะท้อนมุมมองด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดสตูล ที่นักท่องเที่ยวจดจำและพึงพอใจในความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ สอดคล้องกับคำขวัญของจังหวัด "สตูล สงบ สะอาด ธรรมชาติบริสุทธิ์" แต่ฮิโรยูกิ อันไซ ประธานบริษัท Mobile Crews Corporation และผู้ก่อตั้ง/มันสมองของโครงการ Localization Map (สุวิทย์ วงศ์จุริราวาณิชย์, 2563. ออนไลน์) มีแนวคิดให้ธรรมชาติ เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมด้วย โดยจำแนกรูปแบบของวัฒนธรรมออกเป็น 3 ส่วน คือ สภาพแวดล้อมและภูมิอากาศ (Climate), วิถีชีวิตเฉพาะกลุ่มและศาสนา (Folk/Religion), และการดำเนินชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน (Contemporary Lifestyle) เมื่อนำรูปแบบวัฒนธรรมไปเปรียบเทียบ

กับกราฟของผลิตภัณฑ์ Localization กับตลาดโลกจะพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่สามารถเข้ากับ Lifestyle ของคน ส่วนใหญ่จะอยู่ในตำแหน่งของ Quadrant ที่ 1 ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทั่วโลกใช้คล้ายคลึงกัน ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Folk/Religion นั้นจะแทบไม่มีใครเข้าไปแตะ 100% เพราะเป็นพื้นที่ที่ละเอียดอ่อน โดยเฉพาะกับความเชื่อทางศาสนา ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำ Localization เข้าไปผนวกได้มาก ส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิอากาศ ดังนั้นเราจะต้องเรียนรู้รายละเอียดในแต่ละขั้นตอนของวัฒนธรรมให้มากที่สุด เพื่อให้เราสามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรมที่แตกต่างเข้ากับผลิตภัณฑ์ของเราให้ได้ โดยจะต้องศึกษาอย่างน้อย 3 วัฒนธรรมเพื่อเรียนรู้ 3 มุมมองที่แตกต่าง



ภาพที่ 5.1 บริบทของการศึกษาวัฒนธรรมที่แตกต่าง
ที่มา : สุวิทย์ วงศ์จุริราวนิชย์. 2563. ออนไลน์

ดังนั้นการนำอัตลักษณ์พอสซิลที่ขุดพบเจอในพื้นที่อุทยานธรณีโลกเป็นซากดึกดำบรรพ์ของสิ่งมีชีวิต ซึ่งได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานราชการให้เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ หรือสนับสนุนการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ของพอสซิลเหล่านี้ อาจจะไม่เข้ากับบริบททางวัฒนธรรมของจังหวัดสตูลซึ่งประชากรในจังหวัดสตูลร้อยละ 80 นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งไม่ตกแต่งลวดลายเป็นรูปคนหรือสัตว์ (วิทยาลัยชุมชนสตูล. 2555 : 72) แต่เมื่อคณะผู้วิจัยนำรูปร่างพอสซิลมาออกแบบลวดลายสำหรับผ้าบาติกโดยใช้โทนสีน้ำเงินแสดงความอุดมสมบูรณ์ของทะเลและภูเขา ตัดกับสีส้มซึ่งเป็นสีของดินในพื้นที่อุทยานธรณีโลก พบว่า ได้ผลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวในประเด็นการสะท้อนอัตลักษณ์ในระดับพึงพอใจมาก

5.2.2 ประเด็นการรับรู้อัตลักษณ์ที่สัมพันธ์กับราคาของผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการ

ซาฟุเราะห์ สาเฮาะ (2558 : 123) ศึกษาวิจัยเรื่องการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกจังหวัดสตูล พบว่า ประเภทของที่ระลึก (ประเภทผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และประเภทของใช้ของตกแต่ง) มีความสัมพันธ์กับ รายได้ต่อเดือน (รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท) โดยนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสตูลที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแต่ละครั้ง ไม่เกิน 500 บาท มีระดับการรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดสตูลด้านผลิตภัณฑ์ น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดสตูลที่มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกแต่ละครั้ง 501-1,000 บาท และ 1,001-1,500 บาท สอดคล้องกับผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจโคมไฟรูปทรงกลุ่มภูเขาหินงอกหินย้อย ซึ่งมีราคาสูงที่สุดในกลุ่ม โดยมีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล และกลุ่มจักสานคลุม ที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจกระเป๋าสบายลวดลายกลุ่มวิถีชีวิตสถาปัตยกรรมวัฒนธรรมมุสลิม ซึ่งมีราคาสูงที่สุดใน

กลุ่มเช่นเดียวกัน โดยมีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในประเด็นเดียวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องพฤติกรรมของเจนเอเรชั่นเอ็กซ์ (Generation X) (เจาะเทรนด์โลก.2018 : 14-15) ซึ่งช่วงวัยที่มีกำลังการซื้อสูงเป็นผู้บริโภคที่ระมัดระวังในการเลือกซื้อสินค้า มาพร้อมความคาดหวังว่าสินค้าแต่ละชิ้นที่ซื้อไปนั้น จะมีอายุการใช้งานที่ยาวนานและเป็นสินค้าที่สะท้อนความเป็นตัวตน มากกว่าการรู้สึกว่าเป็นสินค้าตลาดแมสส์ที่ไม่แตกต่างกับผู้ใช้เจนอื่น ๆ เจนเอ็กซ์ให้ความสำคัญต่อคุณค่าทางอารมณ์และการเรียนรู้ จึงเห็นตัวอย่างมากมายที่เจนเอ็กซ์ใช้เวลาไปกับการเดินทางและเข้าร่วมศึกษาวัฒนธรรมใหม่ๆ นอกจากนี้เมื่อพิจารณากระบวนการผลิตงานออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกและพื้นที่เชื่อมโยง ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงเกิดจากการใช้ทักษะและการวางแผนงานที่มีความละเอียดรอบคอบมากกว่าเพื่อนำเสนอสิ่งที่ต้องการสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ อีกทั้งยังใช้ระยะเวลาในการผลิตนานกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำกว่า

5.2.3 ประเด็นการผลิตงานหัตถกรรม

กระบวนการผลิตงานจักสานกลุ่มในจังหวัดสตูล ปัจจุบันประสบปัญหาเนื่องจากคนผู้เชี่ยวชาญมีอายุมากขึ้น ผู้สืบทอดรุ่นใหม่ยังไม่มีความชำนาญในการจักสานลวดลายใหม่ ๆ อีกทั้งปัจจุบันต้นคลุ้มมีปริมาณลดลงจำเป็นต้องรับซื้อมาจากจังหวัดอื่น ๆ อีกด้วย นอกจากนี้ในกระบวนการผลิตหนึ่งชิ้นใช้คนทำถึง 6 คน โดยจะมีการแบ่งหน้าที่กันโดยเริ่มตั้งแต่การหาต้นคลุ้ม การจักดอกเส้นคลุ้มให้ได้ขนาดต่าง ๆ การจักสานการขึ้นรูป ลวดลาย ในกระบวนการจักสานให้เกิดลวดลายกลุ่มทำได้เพียงแค่ 2 สี คือเส้นคลุ้มปกติซึ่งเป็นสีน้ำตาลและเส้นที่แก่มากเส้นคลุ้มจะมีสีน้ำตาลเข้มเกือบดำ แต่หากต้องการให้มีลวดลายจากเส้นที่มีสีอ่อนมากกว่านี้ จำเป็นต้องใช้วัสดุอย่างอื่นมาเสริม เช่น การแก้ปัญหาของงานจักสานกระจูดที่ต้องการย้อมสีแต่ได้สีที่ไม่สด จึงใช้ใบลานที่มีสีอ่อนกว่ามาย้อมและทดแทนบางส่วนของเส้นกระจูด ทำให้ได้งานกระจูดที่มีสีสันสดใสตามต้องการ

5.3 ข้อเสนอแนะ

ในกระบวนการผลิตชิ้นงานต้นแบบ คณะผู้วิจัยประสบปัญหาในการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์เนื่องจากผู้ประกอบการขาดอุปกรณ์ที่ช่วยให้ชิ้นงานมีความละเอียดประณีต ดังนั้นจึงกลายเป็นต้นทุนด้านเวลาในการหาความร่วมมือจากกลุ่มอาชีพใกล้เคียงที่มีอุปกรณ์ให้ใช้ร่วมกันได้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสำรวจหรือสนับสนุนเครื่องมือในการผลิตตลอดจนการอบรมฝีมือเพื่อให้ทักษะงานช่างของกลุ่มหัตถกรรมมีความละเอียดประณีตมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกจังหวัดสตูลผ่านผลงานออกแบบได้ดีมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (5 ธันวาคม 2555). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติพ.ศ. 2555-2559. สืบค้นเมื่อ 3 สิงหาคม 2555, จาก <http://www.mots.go.th>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (14 ธันวาคม 2558). สถิตินักท่องเที่ยวปี 2557. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2558, จาก <http://www.mots.go.th>
- กฤติกา สายณะวัตรชัย และ คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา. (2561). การพัฒนาตราสัญลักษณ์ของสินค้าและของที่ระลึก จังหวัดสระแก้ว. วารสารวิชาการ สถาบันการพลศึกษา. 10(2), 119-132.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สร้างการจดจำแหล่งท่องเที่ยว. (27 ตุลาคม 2560). สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2560, จาก <https://bsid.dip.go.th/th/category/marketing2/sm-creatememorytour4>
- ชาฟูเราะห์ สาเฮาะ. (2558). การรับรู้ภาพลักษณ์สินค้าของที่ระลึกจังหวัดสตูล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- บงกช สุทัศน์ ณ อยุธยา, พิชารณ อินตเบญจสิทธิ์, สุชาติา เมฆพัฒน์ และมณีวรรณ ชลัย. (2561). การพัฒนาสินค้าหัตถกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านถวายโดยชุมชน. วารสารธรรมศาสตร์. 37(1), 125-148.
- ปิ่นณัฏฐ์ ธนัทพรชรรัตน์ และ ฉันทนา สุรัสวดี. (2558). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา : ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาวอำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่. 7 : 76
- มูฮำหมัด ดือราแม. (27 ตุลาคม 2555). ฟอสซิล 800 ล้านปี สมบัติล้ำค่าเมืองสตูล. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.deepsouthwatch.org/dsj/2417>
- วรรณดี สุทธิธารกร. 2557. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและกระบวนการทางจิตสำนึก. กรุงเทพมหานคร : สยามปริทัศน์.
- สรวงพร กุศลส่ง และคณะ. (2554). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาศใบมะขาม. เพชรบูรณ์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- วีรทัศน์ อิงคภัทรางกูร. (28 พฤษภาคม 2558). แหล่งเรียนรู้ด้านฟอสซิลเก่าแก่และสมบูรณ์ที่สุดในอาเซียน. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2559, จาก <http://www.greennewstv.com>
- อิสราพร ไจระจ่าง, สาวิตรี มุณีศรี, สุธิกาณจน์ แก้วคงบุญ, สุภาพร ไชยรัตน์ และสุพัตรา คำแหง. (2559). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกด้านศิลปวัฒนธรรมและประเพณีเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช. รายงานสืบเนื่องการประชุมขนาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7 ณ วันที่ 23 มิถุนายน 2559. หน้า 583-596.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

เครื่องมือวิจัย

แบบบันทึกข้อมูล

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

งานวิจัยเรื่อง การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน
สำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

คำชี้แจง: 1. วัตถุประสงค์ของการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อเก็บรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชน อาหาร/หัตถกรรมชุมชน และความต้องการด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

2. ข้อมูลนี้ใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงานตลอดกระบวนการวิจัย

1. ชื่อ-นามสกุลชื่อเล่น.....อายุ.....ปี
3. ที่อยู่.....เบอร์โทรศัพท์.....
5. อีเมลล์.....
6. ID LINE/Facebook.....
7. ระดับการศึกษา.....สาขา.....
8. อาชีพ.....
9. ชื่อสถานที่ทำงาน.....
10. ทักษะด้านอาหาร/งานหัตถกรรม

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------|
| () กลุ่มเค็กจำปาตะ | () กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว |
| () กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม | () กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก |
| () กลุ่มประดิษฐ์ว้าวควาย | |

ประเด็นคำถามในการผู้เข้าร่วมกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group)

1. อัตลักษณ์วิถีชีวิตชุมชน

- 1.1 วิถีชีวิตของชุมชน
- 1.2 การถ่ายทอดการทำผลิตภัณฑ์อาหาร/หัตถกรรม
- 1.3 การมีส่วนร่วมของการทำอาหาร/หัตถกรรมในครอบครัว

2. หัตถกรรมชุมชน

- 2.1 ลักษณะอาหาร/งานหัตถกรรมในชุมชน
- 2.2 วัตถุดิบ/วัสดุที่ใช้ในการทำหัตถกรรมของชุมชน
- 2.3 กระบวนการผลิตอาหาร/หัตถกรรมชุมชน
- 2.4 การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

3. ความต้องการในการพัฒนารูปแบบอาหาร/ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชน

- 3.1 ประสบการณ์ในการนำอัตลักษณ์อุทยานธรณีโลกและพื้นที่เชื่อมโยงมาสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์
- 3.2 ความสามารถในการให้ความร่วมมือในกระบวนการพัฒนาแนวคิด
- 3.3 การให้ความร่วมมือในกระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ได้ทั้งกระบวนการหรือไม่
- 3.4 ความสนใจในกลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
- 3.5 พื้นฐานการแปรรูปอาหาร ตัดเย็บ จักสาน การย้อมสี
- 3.7 ปัญหาและอุปสรรคในการผลิตอาหาร/งานหัตถกรรม
- 3.8 วัตถุดิบท้องถิ่นกับการรองรับการผลิตอาหาร/งานหัตถกรรม

แบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์

งานวิจัยเรื่อง การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน
สำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

ข้อชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง
2. อายุ ☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2) 21 - 40 ปี
☐ 4) 41 - 60 ปี ☐ 6) 60 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
☐ 1) ประถมศึกษา ☐ 2) มัธยมศึกษา/เทียบเท่า
☐ 3) ปริญญาตรี ☐ 4) สูงกว่าปริญญาตรี
4. สถานภาพสมรส
☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส
☐ 3) หม้าย/หย่าร้าง ☐ 4) แยกกันอยู่
5. อาชีพ
☐ 1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ 2) เอกชน
☐ 3) เกษตรกร/องค์กรเกษตรกร ☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว
☐ 5) อื่นๆ โปรดระบุ

ตอนที่ 2 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการออกแบบ					
1. มีความปลอดภัย					
2. มีความสะดวกสบายในการใช้งาน					

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. มีความสวยงามชวนให้ซื้อ					
4. มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
5. ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด					
6. กรรมวิธีการผลิตสอดคล้องกับชุมชน					
7. การขนส่งสะดวก					
ด้านการสะท้อนอัตลักษณ์					
1. ใช้วัตถุดิบที่มีเฉพาะในท้องถิ่นหรือพื้นถิ่น					
2. ใช้วัตถุดิบที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางภูมิศาสตร์					
3. ใช้วัฒนธรรมประจำถิ่น					
4. ใช้ภูมิปัญญาที่มีเฉพาะพื้นที่					
ด้านประโยชน์ในการใช้สอย					
1. สามารถนำมาใช้งานได้จริง					
2. มีความคงทน แข็งแรง สามารถใช้ได้นาน					
3. สามารถพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลากหลายรูปแบบ					
4. สามารถนำไปต่อยอดสร้างเป็นรายได้ให้กับคนในชุมชน					
ด้านความเหมาะสมของวัตถุดิบ/วัสดุหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก					
1. ความเหมาะสมของวัตถุดิบ/วัสดุที่นำมาใช้					
2. ผลิตภัณฑ์พัฒนามาจากวัตถุดิบธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม					
3. วัตถุดิบ/วัสดุ สามารถหาได้ง่ายในชุมชน เหมาะสำหรับนำมาพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก					

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

แบบประเมินผลิตภัณฑ์ สำหรับนักท่องเที่ยว
งานวิจัยเรื่อง การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของพื้นที่สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน
สำหรับการท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยง

ข้อชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ตรงกับความเป็นจริงและช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ☐ 1) ชาย ☐ 2) หญิง

2. อายุ

- ☐ 1) ต่ำกว่า 36 ปี ☐ 2) 36 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ☐ 1) ประถมศึกษา ☐ 2) มัธยมศึกษา/เทียบเท่า
☐ 3) ปริญญาตรี ☐ 4) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ☐ 1) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ 2) เอกชน
☐ 3) เกษตรกร/องค์กรเกษตรกร ☐ 4) ธุรกิจส่วนตัว
☐ 5) อื่นๆ โปรดระบุ

5. กลุ่มผลิตภัณฑ์

- ☐ 1) กลุ่มเค้กจำปาตะ
☐ 1.1 รูปแบบที่ 1 ☐ 1.2 รูปแบบที่ 2 ☐ 1.3 รูปแบบที่ 3
- ☐ 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าว
☐ 2.1 รูปแบบที่ 1 ☐ 2.2 รูปแบบที่ 2 ☐ 2.3 รูปแบบที่ 3
- ☐ 3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานต้นคลุ้ม
☐ 3.1 รูปแบบที่ 1 ☐ 3.2 รูปแบบที่ 2 ☐ 3.3 รูปแบบที่ 3
- ☐ 4) กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก
☐ 4.1 รูปแบบที่ 1 ☐ 4.2 รูปแบบที่ 2 ☐ 4.3 รูปแบบที่ 3
- ☐ 5) กลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย
☐ 5.1 รูปแบบที่ 1 ☐ 5.2 รูปแบบที่ 2 ☐ 5.3 รูปแบบที่ 3

ตอนที่ 2 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ประเด็นความคิดเห็น	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การสะท้อนอัตลักษณ์					
1. สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์					
2. ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากสถานที่อื่นๆ					
3. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว					
4. ผลิตภัณฑ์สื่อถึงสัญลักษณ์ในจังหวัดสตูลมากกว่าหนึ่งสัญลักษณ์					
5. ผลิตภัณฑ์สะท้อนความเป็นจังหวัดสตูล					
โครงสร้างและรูปแบบผลิตภัณฑ์					
1. ลวดลาย/รูปแบบเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
2. รูปร่าง/รูปทรงสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์					
3. การใช้สี/วัสดุเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
4. โครงสร้างและขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
5. ความสะดวกในการกิน/พกพา/ขนส่ง					
6. รูปร่าง สี และวัสดุสื่อถึงอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน					
การตลาด					
1. ผลิตภัณฑ์มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจซื้อ					
2. ราคาเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์					
3. ราคาเหมาะสมกับท้องตลาด					

ตอนที่ 3 ผลิตภัณฑ์นี้สื่อถึงอัตลักษณ์ด้านใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1) อัตลักษณ์หมู่เกาะ ☐ 2) อัตลักษณ์ภูเขา/ถ้ำ ☐ 3) อัตลักษณ์วิถีชีวิต

สิ่งที่ท่านมองเห็นได้แก่

.....

.....

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....