

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 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 กลุ่มผลิตภัณฑ์บาติก และกลุ่มประดิษฐ์ว่าวควาย)

2. ศักยภาพกลุ่มหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงอุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูลและพื้นที่เชื่อมโยงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ผลิตภัณฑ์อาหาร ประกอบด้วย กลุ่มเค้กจำปาตะ และผลิตภัณฑ์ของใช้ 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 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 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.