

ชื่อโครงการวิจัย ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวพุน้ำร้อนกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา Strategies for Hot Spring Tourism Development of Lanna Tourism Cluster

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2559 จำนวนเงิน 3,099,400 บาท

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2559 ถึง 31 พฤษภาคม 2560

ชื่อผู้วิจัย ผศ.อรอนพ หอมจันทร์¹ ผศ.ศุภกิจ ยิ้มสรวล² ดร.นิพล เชื้อเมืองพาน³ รศ.ดร.ราณี อีสัยกุล⁴

บทคัดย่อ

การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวพุน้ำร้อนกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ดำเนินการในแหล่งพุน้ำร้อน 3 แห่ง คือ พุน้ำร้อนเมืองแปง ต.เมืองแปง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน พุน้ำร้อนโป่งปูเฟือง ต.แม่สรวาย อ.แม่สรวาย จ.เชียงราย และพุน้ำร้อนดอยสะเก็ด ต.ป่าเมี่ยง อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่ ระยะเวลาวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2559 ถึง 31 พฤษภาคม 2560 ดำเนินการโดยรวบรวมผลการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์พื้นพิภพ การออกแบบทางภูมิสถาปัตยกรรม และการท่องเที่ยว จากโครงการย่อยมาประมวลวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน-โอกาส-อุปสรรค (SWOT analysis) ของแหล่งท่องเที่ยวพุน้ำร้อนแต่ละแห่ง แล้วจัดทำยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ พร้อมแนวทางการปฏิบัติตามกลยุทธ์ วิสัยทัศน์ คำขวัญ พันธกิจ และเป้าประสงค์ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งพุน้ำร้อนทั้ง 3 แห่ง แล้วประมวลเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวพุน้ำร้อนกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา โดยภาพรวมได้ดังนี้

วิสัยทัศน์ คือ “พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสปาที่โดดเด่นในธรรมชาติ ผสานกับวัฒนธรรมล้านนาและวิถีชีวิตเศรษฐกิจพอเพียง” ยุทธศาสตร์การพัฒนาประกอบด้วยประเด็นยุทธศาสตร์ 5 ด้าน คือ

1). การพัฒนาด้านกายภาพและสภาพแวดล้อม มี 4 กลยุทธ์ คือ

- 1.1 ออกแบบ/พัฒนาการก่อสร้างหรือปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการท่องเที่ยวได้อย่างตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 1.2 บริหารจัดการด้านปริมาณและคุณภาพน้ำพุน้ำร้อนให้สามารถใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพ
- 1.3 กำหนดมาตรการด้านความปลอดภัยจากน้ำพุน้ำร้อน
- 1.4 กำหนดมาตรการรักษาความสะอาดและสภาพแวดล้อมบริเวณพุน้ำร้อน

2). การสร้างอัตลักษณ์ กิจกรรม และรูปแบบการท่องเที่ยว มี 3 กลยุทธ์ คือ

- 2.1 สร้างอัตลักษณ์ของแหล่งพุน้ำร้อนจากลักษณะเด่นทางธรรมชาติ วิถีชีวิตชุมชน และวัฒนธรรมท้องถิ่น (สำหรับแหล่งพุน้ำร้อนที่ยังใหม่ต่อการพัฒนา)
- 2.2 สร้างกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว
- 2.3 พัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

¹ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

³ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

⁴ สาขาวิชาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

- 3). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว มี 2 กลยุทธ์ คือ
 - 3.1 พัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากน้ำพุร้อนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้ชุมชน
 - 3.2 พัฒนาผลิตภัณฑ์ธรรมชาติในชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
- 4). การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสร้างเครือข่ายความร่วมมือ มี 2 กลยุทธ์ คือ
 - 4.1 เพิ่มสมรรถนะบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
 - 4.2 สร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวพุน้ำร้อนในท้องถิ่น
- 5). การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่เน้นอัตลักษณ์ของแหล่งพุน้ำร้อน มี 3 กลยุทธ์ คือ
 - 5.1 ประชาสัมพันธ์ที่แหล่งท่องเที่ยวพุน้ำร้อนในหลากหลายรูปแบบ
 - 5.2 สร้างความร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงเพื่อประชาสัมพันธ์
 - 5.3 ประชาสัมพันธ์สู่สาธารณะอย่างกว้างขวาง

ยุทธศาสตร์ดังกล่าวนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวพุน้ำร้อนกลุ่มอารยธรรมล้านนาได้โดยภาพรวม แต่อย่างไรก็ตามพุน้ำร้อนกลุ่มอารยธรรมล้านนาแต่ละแห่งอาจมีบริบทที่แตกต่างกันไป จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลทั้งทางกายภาพและการท่องเที่ยว เพื่อให้การปรับใช้ยุทธศาสตร์นี้เป็นไปอย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิผลต่อไป

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์, การท่องเที่ยว, พุน้ำร้อน, กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

Abstract

Strategies for hot spring tourism development of lanna tourism cluster were assigned to 3 different sites in Muang Paeng hot spring, Pong Pu Fueang hot spring and Doi - Saket hot spring; starting from June 1, 2016 to May 31, 2017. Compiling data from studies in earth science, landscape architecture and tourism from subprojects were assembled and analyzed for strength, weakness, opportunity and threat (SWOT analysis) for hot spring development. The guideline strategies for vision, motto, mission and goals of hot spring development framework for 3 studied sites were designed.

The overview of the study are summarized in vision and developing strategies as follow:

Vision: Development of health tourism and unique nature spa merging with Lanna cultures and sustainable living of local villagers.

Developing strategies were focused on five main topics:

- 1). Physical and environmental development on 4 strategies as:
 - 1.1 Design and developing construction or remodeling the facilities and environment to increase capacity of service to the tourist basic needs.
 - 1.2 Management on quantity and quality of hot spring to meet the maximum benefit capacity of each site study.
 - 1.3 Set up the safety standard for the hot spring usage.
 - 1.4 Set up the safety standard for cleanliness and pleasant environment of the hot spring areas.
- 2). Creation of identity, activity and tourism patterns for new or non developed hot spring.
 - 2.1 Create the identity from unique natural resources, local life style and culture.
 - 2.2 Create activity and tourism patterns to attract the tourists.
 - 2.3 Develop the tourism pattern by local community.
- 3). Development of the products to enhance tourism.
 - 3.1 Development of products derived from hot spring to enhance tourism and income of the local community.
 - 3.2 Development of natural products processing and value increased of produced goods.
- 4). Development of tourism personnels and creation of cooperative connection.
 - 4.1 Increase capability the local tourism personnels.
 - 4.2 Creation of cooperative connection to enhance the tourism in each local hot spring.

5). Public relationship for tourism based on identity of the hot spring.

5.1 Using multidevices in advertizing the hot spring site for tourism.

5.2 Create connection with nearby tourist attraction.

5.3 broadcast the hot spring sites to full scale of public relations.

However, Hot spring in each Lanna culture site has its natural identity and resources. Therefore, it is necessary to study and collect the physical and environmental data to adapt these strategies to the most benefit and proper results.

Key word: Strategy, Tourism, Hot Spring, Lanna Tourism Cluster