

ชื่อโครงการวิจัย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนน้ำร้อน
กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
Health Tourism Development and Value Added of Hot Spring Community
Products in Lanna Tourism Cluster

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2561

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 15 มกราคม พ.ศ. 2561 ถึง 14 มกราคม พ.ศ. 2562

ชื่อผู้วิจัย ผศ.อรุณพ หอมจันทร์¹ ดร.กัญจน์นรี ช่วงฉ่ำ¹ ผศ.ศุภกิจ ยิ้มสรวล² และผศ.ดร.ตติยา เทพพิทักษ์²

บทคัดย่อ

แผนงานวิจัย “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนน้ำร้อน กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา” ประกอบด้วย 3 โครงการวิจัยย่อย คือ โครงการวิจัยย่อยที่ 1 “การพัฒนาแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเมืองแปงและแม่น้ำปาย” โครงการวิจัยย่อยที่ 2 “การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและภูมิสถาปัตยกรรมน้ำร้อนโป่งปูเฟืองด้วยทุนสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น” และโครงการวิจัยย่อยที่ 3 “การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ของชุมชนท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวน้ำร้อน กลุ่มอารยธรรมล้านนา” ดำเนินการวิจัยในพื้นที่ศึกษา 3 แห่ง คือ น้ำร้อนเมืองแปง-แม่น้ำปาย ต.เมืองแปง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน (โครงการวิจัยย่อยที่ 1) น้ำร้อนโป่งปูเฟือง ต.แม่สรวาย อ.แม่สรวาย จ.เชียงราย (โครงการวิจัยย่อยที่ 2 และ 3) และน้ำร้อนดอยสะเก็ด ต.ป่าเมี่ยง อ.ดอยสะเก็ด จ.เชียงใหม่ (โครงการวิจัยย่อยที่ 3) ระยะเวลาดำเนินการวิจัย 1 ปี (ตั้งแต่ 15 มกราคม 2561 ถึง 14 มกราคม 2562) ผลการวิจัยจากทุกโครงการวิจัยย่อยสามารถนำมาประมวลสรุปเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของน้ำร้อนกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ตามศักยภาพของแต่ละแหล่งน้ำร้อนได้ ดังนี้

ผลการศึกษา รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกึ่งผจญภัยของน้ำร้อนเมืองแปงเชื่อมโยงกับแม่น้ำปาย จ.แม่ฮ่องสอน สามารถนำไปประยุกต์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวน้ำร้อนในพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นพื้นที่ธรรมชาติกึ่งสันโดษใช้ยานยนต์ โดยนำเอาจุดเด่นทางธรรมชาติ วิถีชีวิตชุมชนเกษตรกรรม วัฒนธรรมท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวในตัวเมือง มาเชื่อมโยงสร้างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว และการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกัน เพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำร้อนและสปาในธรรมชาติ ผสานกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศกึ่งผจญภัยอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

ผลการศึกษา การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในน้ำร้อนโป่งปูเฟือง อ.แม่สรวาย จ.เชียงราย โดยใช้แนวคิดทางภูมิสถาปัตยกรรม สามารถนำไปประยุกต์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวน้ำร้อนในพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นแหล่งน้ำร้อนในพื้นที่ธรรมชาติดัดแปลง โดยต้องพิจารณาศักยภาพ ความสามารถในการรองรับและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มี

¹ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ลักษณะเด่น การจำแนกประเภทพื้นที่และกำหนดช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ หรือการกำหนดภาพลักษณ์และออกแบบตราสัญลักษณ์ของพุน้ำร้อน การออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและสถาปัตยกรรม เน้นความสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่และภาพลักษณ์สถานที่ของพุน้ำร้อน และความเป็นธรรมชาติ ทั้งรูปลักษณ์ของสิ่งอำนวยความสะดวก ปริมาณและขนาดของสิ่งอำนวยความสะดวก และความสะอาดสบาย

ผลการศึกษา แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนของพุน้ำร้อนโป่งปูเฟื่อง จ. เชียงราย และพุน้ำร้อนดอยสะเก็ด จ. เชียงใหม่ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งพุน้ำร้อนที่มีลักษณะแบบวิถีชีวิตชุมชนวัฒนธรรมน้ำพุร้อนและวิถีเกษตรพอเพียง โดยศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนพุน้ำร้อนนั้นๆ ทั้งด้านภาพลักษณ์สถานที่และผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยอาจสรุปเป็นสโลแกนของชุมชนพุน้ำร้อนนั้นๆ เพื่อสามารถนำมาใช้ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างเด่นชัด การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ เน้นการสื่อสารถึงอัตลักษณ์ของชุมชน โดยกำหนดอารมณ์ ความรู้สึกในการออกแบบ และออกแบบตราสัญลักษณ์ชุมชนพุน้ำร้อน โดยนำอัตลักษณ์ต่างๆ ที่เป็นสัญลักษณ์เชิงการท่องเที่ยวของชุมชน มาใช้ร่วมกันในตราสัญลักษณ์เดียวกัน เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การรับรู้และการจดจำได้ง่าย และคัดเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ผลิตภัณฑ์หลักๆ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์สปา กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อพัฒนาต่อไป

การที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนของแหล่งพุน้ำร้อนกลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น หน่วยงานท้องถิ่นและชุมชนที่มีหน้าที่ดูแลแหล่งพุน้ำร้อน และหน่วยงานในลำดับสูงขึ้นไป รวมทั้งภาคส่วนอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ต้องมีความเข้าใจที่ตรงกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งพุน้ำร้อน อย่างเหมาะสมตามหลักวิชาการที่มีผลการวิจัยสนับสนุนอย่างชัดเจน

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, พุน้ำร้อน, การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย, ภูมิสถาปัตยกรรม, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, ทุนวัฒนธรรม, กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

Abstract

Health Tourism Development and Value Added of Hot Spring Community Products in Lanna Tourism Cluster consisted of 3 subprojects: 1). Health Tourism Model Development from the connection of Muang Pang and Pai River Tourism Destination 2). Tourism Facilities and Landscape Architecture Development of Pong Pu Fueng Hot Spring with Local Environment Capital. And 3). Value Added of Community Products for Promoting Lanna Hot Spring Tourism. The research areas were located in 3 hot spring sites: 1). Muang Pang Hot Spring and Pai River, Muang Pang Sub district, Pai District, Mae Hong Son Province (Subproject 1), 2). Pong Pu Fueng Hot Spring Mae Sa-ruai Sub district Mae Sa-ruai District, Chiang Rai Province (Subproject 2 and 3), and 3). Doi Saket Hot Spring Pa Miang Sub district, Doi Saket District, Chiang Mai Province (Subproject 3). Research time was 1 year (15 January 2018 - 15 January 2019). The results of study from all 3 subprojects were compiled for the suggesting conclusion as a guideline for Health Tourism Development and Cultural of Lanna Tourism Cluster to meet the basic resource potential of each hot spring.

The pattern of health tourism activities and soft adventure of Muang Pang Hot Spring connecting to Pai River, Mae Hong Son were applied to used in Semi-Primitive Motorized Area,(SPM) by drawing out distinguish nature, local agricultural life style, local culture and tourist sites in the city to create the network of tourism activities. Appropriated and connecting tourism routes were designed to develop the Health Tourism of Hot Spring and Spa in natural habitats interweaving with soft adventure for sustainable balance.

The results of the research study on Tourism Facilities and Landscape of Pong Pu Fueng Hot Spring in Mae Suay District, Chiang Rai Province can be used to apply for the development of Roaded Natural-Modified (RN-M) hot spring. This study principally employs the principle of the Recreation Opportunity Spectrum (ROS) to classify an analysis of hot spring potential assessment which based on the following criteria: physical setting, social setting, and managerial setting. Along with this line of thought, the study of Limits of Acceptable Changes (LAC) and the study of Carrying Capacity (CC) are also maneuvered for SWOT analysis and the portrayal of the destination image in tourism and its activities. Hence, the interweaving of these criteria can examine together with the analysis of base map to decide the model of land use, site planning and the design recommendation for tourism facilities and landscape. It considerably results in a classification model of land use, which can be categorized into three main classes; there are 1) natural and preservation area 2) green area for recreation, and 3) environment control area. The recommendation, drawn from this study suggestively concludes that

the design of tourism facilities and landscape should be consistent with the hot spring and local community environment, its cultural landscape, and plant materials.

The result study on "Value added of Community Products for Promoting Lanna Hot Spring Tourism" appeared that "Doi Saket Hot Spring". The gathering information on community study. "Doi Saket hot spring" in Chiang Mai province would suggest the concept of "the hot spring flourishing with local culture and self- sufficient agriculture community", while "Pong Pu Feung hot spring" in Chiang Rai province should reveal a destination image of "the local culture and indigenous way of life". According to product development, the three main groups of the product can be classified; hot spring and spa products, local food and beverage products, and souvenir products. The research concluded that the proposed guidelines for creating value- added for the community products can be summarized as follows: 1) Use the logo to show the destination image and the identity of the place 2) Select the product group in accordance with the tourism activities 3) Create additional value for the product by taking into account various factors including 3.1) The needs and tastes of tourists 3.2) Product concepts 3.3) Raw materials for production 3.4) Production process and the ability in creating product of local community 3.5) Packaging 3.6) Establishing brand perception, and finally 3.7) Creating product value sensitivity.

The success for driving force to health tourism and value added of the community products depended on local sectors and community of the hot spring itself. Who took responsibility of the areas including upper levels administration offices with same page of understanding opinions base on appropriate research methodology.

Key word : Health Tourism, Hot spring, Soft Adventure Tourism, Landscape Architecture, Community Products, Cultural Capital, Lanna Tourism Cluster