

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ซึ่งโดยปกติคนโสดมักจะ มีอิสระในการตัดสินใจ ยังไม่มีภาระหรือพันธะทางครอบครัวและยังมีมิตรหาย ร่วมเดินทางท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุพรรณา หัศภาค (2545) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,000 - 30,000 เหรียญ สหรัฐต่อปี ซึ่งรายได้มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อ รายได้สูงขึ้นก็จะมีเงินเหลือพอที่จะใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวมากขึ้น หรืออาจ จะสรุปได้ว่าเมื่อมีรายได้เพิ่มมากขึ้น สัดส่วนของการท่องเที่ยวก็จะเพิ่มขึ้น ซึ่ง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุพรรณา หัศภาค (2545) พบว่า นักท่องเที่ยว ต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ในช่วง 20,000 เหรียญสหรัฐต่อปี

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อทำกิจกรรม สันทนาการและพักผ่อน โดยนักท่องเที่ยวมักใช้วันหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ หรือสนองความอยากรู้อยากเห็นสิ่งและอุบัติการณ์ใหม่ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น สนุกสนานกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ตลอดจนการพักผ่อนเพื่อขจัดความเหนื่อยล้าหรือพักผ่อนทั้งร่างกายและจิตใจ ซึ่ง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศศิธร สามารถ (2545) พบว่า นักท่องเที่ยวมักใช้ เวลาช่วงวันหยุดตามเทศกาลในการเดินทางท่องเที่ยวและทำกิจกรรมสันทนาการ

นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ตมากที่สุด เนื่องจากสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสื่อที่ทันสมัย รวดเร็ว สามารถ ค้นหาข้อมูลได้ตามต้องการ

ผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการต้อนรับด้านต่างๆ นักท่องเที่ยวต่างชาติมี ทัศนคติต่อความเป็นมิตรไมตรีอยู่ในระดับดีอาจเนื่องมาจากชาวเชียงใหม่มีอัธยาศัย ไมตรี ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสัมผัสได้และวัฒนธรรมไทย สังคมไทยเป็น สังคมแห่งการเกื้อกูล รักความสงบ ชอบช่วยเหลือเพื่อนมนุษย์ รวมทั้งการปลูกฝัง ค่านิยมของความเป็นไทย การรู้จักให้ เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ โดยได้รับการยอมรับให้เป็น Siam is the Land of Smiling หรือสยามเมืองยิ้ม ซึ่งสอดคล้องกับผลการ



วิจัยของ วีระวิทย์ พรายแถม (2545) พบว่า สิ่งสำคัญอย่างมากสำหรับประเทศ
 เจ้าบ้าน คือ การสร้างความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงาน
 บริการในพื้นที่ ซึ่งสำคัญไม่น้อยกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้
 นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่แสดงความชื่นชมความมีอัธยาศัยที่ดีของคนไทย
 ว่าคนไทยมีลักษณะพิเศษ คือ มีอัธยาศัยดี มีความอ่อนโยน มีความเป็นกันเอง
 มีเสน่ห์และพร้อมให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว ถึงแม้จะมีปัญหาด้านภาษา
 ที่ใช้สื่อสารกันบ้าง (บุษบา สุธีธร และ ภัทวลี นิติเกษตรสุนทร, 2541) นอกจากนี้
 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2530) สำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวระหว่าง
 ประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวประทับใจในความเป็นมิตรไมตรี ความมีน้ำใจ และ
 อัธยาศัยที่อบอุ่นอารีของคนไทย การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยว จึงควร
 คำนึงถึงการรักษาคูณสมบัติอันดีนี้ และเป็นเอกลักษณ์ไว้ไม่ให้เปลี่ยนแปลงไป
 เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ (2542) พบว่า ผู้ประกอบการ
 ธุรกิจการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเห็นว่าอัธยาศัยของคนเชียงใหม่มีผลต่อความ
 ดึงดูดใจต่อการท่องเที่ยวเชียงใหม่มากที่สุด

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติต่อความปลอดภัยอยู่ในระดับดี เนื่องจาก
 จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองสงบ ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ
 เลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้งนักท่องเที่ยวมีความ
 คาดหวังสูงสุดที่ต้องการจะได้รับความสะดวกสบาย ความประทับใจ ความ
 เพลิดเพลินและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว แต่หากในระหว่างทาง
 ท่องเที่ยวต้องประสบปัญหา หรือเกิดภัยคุกคามชีวิตและทรัพย์สินก็จะกลายเป็น
 ประสบการณ์ที่ไม่ดี และอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งต่อไป
 ดังนั้นจากการศึกษาวิจัยจึงค้นพบว่าการจัดให้มีบริการด้านการรักษาความปลอดภัย
 ในชีวิตและทรัพย์สิน และการให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญและ
 มีความจำเป็นอย่างยิ่งดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการขนส่ง
 ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว จะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่มา
 ใช้บริการ โดยค้นหาวิธีป้องกันภัยให้เหมาะสมกับการบริการที่ดำเนินอยู่ เพื่อให้
 นักท่องเที่ยวหมดความกังวลใจและมั่นใจที่จะใช้บริการ ยินดีจ่ายค่าบริการในอัตรา



สูงขึ้นเนื่องจากนักท่องเที่ยวทุกคนย่อมคิดว่าความปลอดภัยสำหรับชีวิตมีค่าสูงกว่า (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติต่อความสะดวกในการเดินทางอยู่ในระดับดี โดยได้รับบริการที่ดีและมีความสะดวกพอสมควรโดยมีข้อเสนอแนะให้จังหวัดเชียงราย แจกแผนที่เดินทางตามจุดบริการต่างๆ ให้มากขึ้น และอบรมให้พนักงานขับรถรับจ้าง/รถโดยสารมีความรู้เรื่องภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร ซึ่งองค์ประกอบสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการเพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความสุข ความสบายและความประทับใจ ส่งผลให้นักท่องเที่ยว อยากท่องเที่ยววันขึ้น ได้แก่ การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งทั้งทางรถยนต์ และทางเครื่องบินโดยที่สนามบินควรจัดให้มีความสะดวกในพิธีการเข้า-ออกประเทศ และการอำนวยความสะดวกอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางมากที่สุด นอกจากนี้ผลการวิจัยเรื่อง Industrial Market Research Services and Development Service Ltd. (1986) (อ้างถึงใน ธีระวิทย์ พรายแย้ม, 2545) พบว่าสาเหตุสำคัญอีกประการ หนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องมาจากการคมนาคม ขนส่งสะดวก อันเป็นปัจจัยดึงดูดความสนใจที่สำคัญ

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติต่อบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์อยู่ในระดับดี เนื่องจากได้รับความสะดวกในการเดินทาง การจองที่พัก การจองบัตรเข้าชมสถานที่ และการนำเที่ยวซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องการมีโปรแกรมการ ท่องเที่ยวให้เลือกหลากหลาย ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยมีมัคคุเทศก์ นำเที่ยวมักจะไม่เกิดปัญหาเหมือนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองแต่นักท่องเที่ยว จะขาดอิสระในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่จะแวะระหว่างทาง เพราะรายการนำเที่ยว ได้ระบุไว้เรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้บริการจากบุคลากรถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการ ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลับมาอีกครั้ง ซึ่งมัคคุเทศก์จะต้องมีทักษะและศิลปะในการ ให้บริการด้วย เช่น ความสามารถในการให้ข้อมูล การใช้ภาษาต่างประเทศ หรือ วิธีการบริการที่ก่อให้เกิดความประทับใจ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) ซึ่ง



สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุพรรณา หัศภาค (2545) พบว่า บริการนำเที่ยวเป็นธุรกิจการอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติต่อการบริการข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับดี แต่ควรมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ ระบบการสื่อสารเพื่อความสะดวกในการจองที่พัก การติดต่อกับครอบครัว นอกจากนี้การให้ข้อมูล คำอธิบาย บ้ายบอกทางเป็นภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมาก บริการโทรศัพท์ ระบบอินเทอร์เน็ตและสื่อที่ครบวงจรจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารได้ถูกต้องแม่นยำมีรายละเอียดมากพอ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับข่าวสารการท่องเที่ยวจากสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทำให้เกิดความต้องการเดินทางเข้ามาในจังหวัดเชียงราย โดยต้องมีรายละเอียดประกอบการพิจารณาตัดสินใจว่ามีสิ่งที่น่าสนใจอะไรบ้าง ซึ่งจากผลการวิจัยของสุพรรณา หัศภาค (2545) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลและคำแนะนำจากหนังสือท่องเที่ยวมากเป็นอันดับหนึ่ง

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติต่อโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคอยู่ในระดับดีโดยนักท่องเที่ยวต่างชาติได้สัมผัสกับสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับสาธารณูปโภคที่มีเพียงพอ ได้แก่ ถนนหนทาง ระบบน้ำประปา ไฟฟ้า แต่เสนอแนะให้มีการปรับปรุงโทรศัพท์สาธารณะและห้องน้ำสาธารณะให้สะอาด และพร้อมใช้งานเสมอ ทั้งนี้สาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่รัฐบาลพยายามสร้างไว้เพื่อบริการแก่ประชาชนได้ใช้อย่างสะดวกสบายส่งผลให้เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารที่สามารถทำการติดต่อกับบุคคลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและเพียงพอโดยนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการเพื่อส่งข่าวสารไปยังญาติมิตรและสอบถามข้อมูลทางการท่องเที่ยวเพิ่มเติมได้ ระบบน้ำถือเป็นสิ่งจำเป็นทั้งน้ำดื่มและน้ำใช้ต้องมีความสะดวกและเพียงพอซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้ปฏิบัติกิจกรรมประจำวันอย่างไม่ติดขัด ระบบไฟฟ้าเพื่อให้แสงสว่างและใช้กับเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ ได้อย่างเพียงพอกับความต้องการที่จะเกิดจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวใน



อนาคตด้วย การสุขภาพ เช่น การกำจัดน้ำเสีย การกำจัดสิ่งปฏิกูลต่างๆ นับว่ามีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวย่อมไม่อยากเดินทางไปยังแหล่งที่สกปรก และยังเป็นการสะท้อนสุขอนามัย และคุณภาพชีวิตของเจ้าบ้านอีกด้วย ถนนหนทางซึ่งเป็นเส้นทางสัญจรไปมายังแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย การสาธารณสุขเป็นบริการด้านสุขอนามัย เมื่อเกิดเจ็บป่วยหรืออุบัติเหตุ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการสาธารณสุขระหว่างเดินทางท่องเที่ยว ส่วนสาธารณะ อันเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพักผ่อนและการท่องเที่ยว ทั้งส่วนสาธารณะในตัวเมืองและนอกเมือง ควรสร้างให้กลมกลืนกับสภาพธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการจัดทิวทัศน์ทั้งสองข้างถนนด้วย การศึกษาอันเป็นการหนุนเสริมการให้ความรู้และฝึกอบรมทักษะแก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว ทั้งภาษาถิ่นและภาษาต่างประเทศให้สามารถสื่อสารกันได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ บุญเลิศ เปเรร่า (2543) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อระบบการกำจัดขยะมูลฝอย ไฟฟ้า น้ำประปา สายการบินท่าอากาศยาน ถนน และระบบขนส่งมวลชน เพื่อให้ทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุด นอกจากนี้ ชีระวิทย์ พรายแย้ม (2545) กล่าวถึงปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ ระบบสาธารณูปโภคที่ทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางและเพลิดเพลินในการพักผ่อน ในขณะที่ผลการวิจัยของ บุษบา สุธีธร และ ภัสวดี นิติเกษตรสุนทร (2541) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบปัญหาห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งสกปรก ไม่สะดวกและไม่มีความสะอาด

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติต่อสถานที่พักอยู่ในระดับดี เนื่องจากจังหวัดเชียงรายมีสถานที่พักหลากหลายรูปแบบและมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบด้านที่พักอาศัยถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งจะต้องมีการพักค้างคืน จากผลการศึกษาของ บุญเลิศ เปเรร่า (2543) พบว่าโรงแรมทุกแห่งสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวได้โดยการฝึกอบรมพนักงานให้มีความเชี่ยวชาญในหน้าที่การงานให้มี



ความกระตือรือร้น มีอัธยาศัยนอบน้อม มีบุคลิกน่าเชื่อถือ เข้าใจลูกค้า และมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ซึ่งโรงแรมที่พักมักเป็นที่โปรดปรานของนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ ส่วนใหญ่นิยมพักโรงแรมชั้นหนึ่งและระดับกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชีระวิทย์ พรายแย้ม (2545) พบว่า จากการวิเคราะห์ลักษณะการพักแรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเป็นการพักแรมในโรงแรมมากที่สุด

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติต่อการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง อยู่ในระดับดี โดยเจ้าหน้าที่พูดจาสุภาพ และบริการด้วยความรวดเร็ว โดยเฉพาะบริเวณด่านตรวจคนเข้าเมืองแม่สาย และการตรวจหนังสือเดินทางที่สนามบิน เนื่องจากการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกเมือง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญเป็นประตูแรกที่นักท่องเที่ยวจะผ่านเข้า-ออกประเทศอย่างประทับใจมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นบริการขนถ่ายกระเป๋าเดินทางที่รวดเร็ว การตรวจตราหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจเพิ่มเจ้าหน้าที่ให้เพียงพอ ตลอดจนความสะดวกในการต่อวีซ่า เมื่อนักท่องเที่ยวประสงค์ที่จะขออนุญาตอยู่ต่อชั่วคราวหลังจากครบกำหนดตามที่ได้ขออนุญาตไว้ โดยตั้งใจให้นักท่องเที่ยวอยู่ต่อวันขึ้น เพราะหากบริการเป็นที่น่าประทับใจนักท่องเที่ยวจะนำประสบการณ์ที่ดีไปบอกเล่าต่อๆ กัน ทำให้ภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายดียิ่งๆ ขึ้นไป

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีทัศนคติต่อด้านอาหารและภัตตาคารอยู่ในระดับดี เนื่องจากจังหวัดเชียงรายมีร้านอาหารเพียงพอ หาง่าย ราคาไม่แพง และขึ้นชื่อในรสชาติอาหารไทย แต่ควรปรับปรุงเรื่องความสะดวกของอาหารและบรรยากาศภายในร้าน จากผลการวิจัยของ ชีระยุทธ เกียรติพิริยะวงศ์ (2549) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติทุกกลุ่มสัญชาติจะใช้บริการในร้านอาหารตามโรงแรมเป็นส่วนใหญ่มีกับประทานอาหารในร้านอาหารไทย โดยชอบรับประทานอาหารไทยมากที่สุด และปัจจัยที่มีส่วนให้กลับมาใช้บริการอีก ได้แก่ รสชาติอาหาร การบริการ ราคา และความสะดวกของภาชนะ/เครื่องใช้ นอกจากนี้ยังพบว่าอาหารไทยเป็นอาหารที่ชาวต่างชาติทั่วโลกส่วนใหญ่ชอบ ชาวต่างชาติส่วนใหญ่เคยรับประทาน



อาหารไทยมาก่อนที่จะเดินทางมาประเทศไทย และจากจำนวนชาวต่างชาติที่เกือบทั้งหมดชอบรับประทานอาหารไทย ส่วนมากชาวต่างชาติชอบรสชาติที่เผ็ดร้อน ซึ่งเป็นรสชาติที่ถูกปาก อาจเพราะ “อาหารไทย” แปลกกว่าอาหารของประเทศเขาเอง และพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการร้านอาหารไทยในโรงแรม มีความพึงพอใจในการรับบริการด้านการยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร เลือผ้าสุภาพเรียบร้อยอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

จากการรวบรวมผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในแง่การตลาดและการบริหารจัดการ โดยหน่วยงานของรัฐบาล ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายหลักของจังหวัดเชียงรายน่าจะให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มบุรุษ ตลอดจนกลุ่มเป้าหมายรองเน้นการท่องเที่ยวโดยสามารถทำกิจกรรมได้ทั้งครอบครัว ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มสตรี วัยรุ่นและวัยผู้สูงอายุ นอกจากนี้ควรขยายกลุ่มนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาไปยังประเทศต่างๆ ในแถบยุโรปและภูมิภาคอื่นๆ ทั่วโลก โดยให้ข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อให้รายละเอียดต่างๆ เน้นให้นักท่องเที่ยวมีกิจกรรมนันทนาการ และได้พักผ่อนอยู่ในจังหวัดเชียงรายอย่างมีความสุข นอกจากนี้รัฐบาลจะสามารถใช้ความต้องการที่แท้จริงจากนักท่องเที่ยวต่างชาติผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพในการกำหนดนโยบายและสร้างกลยุทธ์ เพื่อการสร้างสรรค์งานโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง นอกจากนี้สื่อบุคคลก็เป็นอีกสื่อหนึ่งที่มีผลเป็นอย่างมากเพราะเมื่อนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวพึงพอใจประทับใจก็จะกลับมาเยือน ตลอดจนบอกต่อๆ กันไปในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ค้นพบประเด็นสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อบทบาทในการกำหนดจุดมุ่งหมายการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในแง่สิ่งจูงใจก่อนที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ



จะตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดเชียงรายมากที่สุด นั่นคือ อัยยาศัยไมตรีอันดีงาม ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อาหารไทย ความสะดวกในการเดินทาง สถานที่พัก เป็นประเด็นหลักๆ ที่จะกลายเป็นจุดขายและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

2.1 หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรปลูกฝังจิตสำนึก ร่วมกันของคนในท้องถิ่นในการต้อนรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นอกจากนี้จะมีอัยยาศัยไมตรีที่ดีงามแล้ว ควรสนับสนุนให้ช่วยกันดูแลรักษาชุมชนของตนตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นการรักษาสาธารณสมบัติของชาติให้ยั่งยืนต่อไป

2.2 ควรเผยแพร่และสร้างความภาคภูมิใจให้เกิดขึ้นแก่คนไทยว่าอัยยาศัยน้ำใจไมตรี การยิ้มแย้มแจ่มใส มารยาทอันดีงามของคนไทยและวิถีปฏิบัติต่อแขกผู้มาเยือนได้รับความชื่นชมสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอย่างมาก

2.3 สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือสถานทูตไทยในต่างประเทศ ซึ่งมีอยู่ทุกภูมิภาคทั่วโลก สมาคม องค์กร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรแสวงหาบทบาทที่เด่นชัดในการนำผลการวิจัยไปกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยเฉพาะการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยกำหนดเป็นเครื่องมือการสื่อสารการตลาดแบบครบเครื่อง/ครบวงจร (IMC: Integrated Marketing Communication) ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ

2.4 การกำหนดมาตรการและหนุนเสริมระบบการสร้างความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการเสริมสายตรวจ ตำรวจท่องเที่ยว พนักงานรักษาความปลอดภัย ตลอดจนใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น กล้องวงจรปิด เครื่องเฝ้าระวังสินค้า/สัมภาระ และระบบการตรวจคนเข้า-ออกเมือง ลดปัญหาความล่าช้าในการตรวจหนังสือเดินทาง การจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อให้ความช่วยเหลือเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว

2.5 หน่วยงานของรัฐควรมีการกำกับดูแล ควบคุมความประพฤติ จับกุมพนักงานขับรถรับจ้าง/รถโดยสาร/รถสาธารณะต่างๆ ที่กระทำความผิดกฎหมายในเรื่องของการไม่มีใบอนุญาตขับขี่ หรือใบอนุญาตขับขี่หมดอายุ การไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร ไม่มีจิตใจบริการ การขับขี่ด้วยความไม่สุภาพ การเรียกเก็บเงินค่าโดยสารที่ไม่เป็นธรรม สร้างความรำคาญโดยการรุมต้อนนักท่องเที่ยวเพื่อให้นำค่าบริการของตน เป็นต้น และควรฝึกอบรมให้ความรู้เรื่องภาษาต่างประเทศแก่พนักงานขับรถด้วย นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ของรัฐควรควบคุมดูแลในการที่พ่อค้าแม่ค้าบางราย รุมขายสินค้าแก่นักท่องเที่ยว โดยควรจัดพื้นที่ขายสินค้าให้ชัดเจน ตลอดจนไม่โกงราคา หรือเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2.6 ควรจัดให้มีป้ายสัญลักษณ์ที่เป็นภาษาอังกฤษ หรือภาษาต่างประเทศที่สำคัญ เช่น ภาษาญี่ปุ่น/ภาษาจีน ตามปริมาณของนักท่องเที่ยว โดยป้ายสัญลักษณ์ริมทางควรสื่อความหมายและแสดงออกถึงภาพลักษณ์ของสถานที่ชัดเจน ใช้ภาษาที่ง่ายต่อการจดจำ ใช้เวลาอันสั้นในการทำความเข้าใจเพื่อสร้างความอบอุ่นใจแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

2.7 ในส่วนของข้อมูลทางการท่องเที่ยวนอกจากจะใช้ผ่านสื่ออินเตอร์เน็ต และสื่อบุคคลแล้ว ควรจัดทำเป็นเอกสารสิ่งพิมพ์ เช่น แผ่นพับ โบรชัวร์ หนังสือแนะนำเที่ยว (Guide Book) จดหมายข่าว จัดทำแผนที่ที่สมบูรณ์ แจกจ่ายแก่นักท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ เนื่องจากเป็นสื่อที่สามารถให้รายละเอียดได้ดีและใช้พกติดตัวนักท่องเที่ยวได้

2.8 คนไทยผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว ควรพัฒนาการเรียนรู้ด้านภาษาต่างประเทศให้มากขึ้น โดยเฉพาะคนในพื้นที่ท่องเที่ยว พนักงานผู้ให้บริการนักท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสาร สร้างความเข้าใจอันดีและทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติประทับใจ

2.9 ร่วมมือกับสมาคม/ชมรมบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ เผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวและแนะนำเส้นทางท่องเที่ยว/โปรแกรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงราย และสามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่นๆ หรือประเทศใกล้เคียงได้



2.10 พยายามส่งเสริมให้มีการจัดประชุมนานาชาติ และการท่องเที่ยวแบบให้บำเหน็จรางวัล (Incentive Tour) มาสู่จังหวัดเชียงรายโดยอาศัยความร่วมมือกับภาครัฐบาล และภาคเอกชนทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ถึงอำนวยความสะดวก และภาพลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงรายมากขึ้น และเป็นช่องทางนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศจำนวนมาก

ดังนั้น เพื่อผลักดันให้มีการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปได้โดยสมบูรณ์นั้น ผู้ศึกษาค้นคว้าต้องคำนึงถึงประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเจาะลึกในรายละเอียดของนักท่องเที่ยวแต่ละทวีป/ภูมิภาค เพื่อให้ได้ทัศนคติ ความคิดเห็น และความต้องการที่แท้จริง อันจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีต่อการต้อนรับของประชาชนในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศไทย
3. ควรมีการศึกษาถึงความพร้อมของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ที่มีต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
4. ควรมีการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายและจังหวัดอื่นๆ เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในการดำเนินการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
5. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศต่อมาตรฐานในการให้บริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงราย
6. ควรมีการศึกษาอุปสงค์ อุปทาน และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ ของจังหวัดเชียงราย

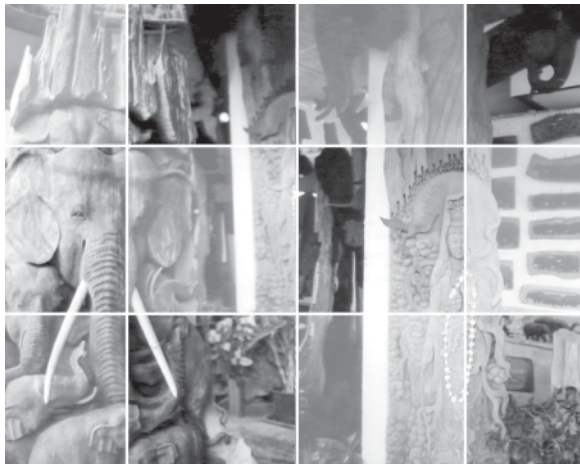
การพัฒนาการท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ การต้อนรับนักท่องเที่ยวอย่างอบอุ่น สร้างความเชื่อมั่นว่าสามารถเที่ยวทั่วไทยได้โดยปลอดภัย รวมทั้งพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้มีทักษะในการบริการแบบมืออาชีพยกระดับมาตรฐานคุณภาพการบริการมีความรู้รอบตัวทั้งภาษา วัฒนธรรม และสังคมอย่างกว้างขวางรวมทั้งมีจิตสำนึกว่า **“ในเมืองไทย คนไทยทุกคนคือเจ้าบ้าน”** จะช่วยให้การจัดการการท่องเที่ยวมีคุณภาพ ส่งผลให้สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือนอย่างไม่รู้ลืม

ซึ่งข้อมูลที่ได้จะมีความเหมาะสมในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบและกลยุทธ์ในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และเป็นข้อมูลที่จะทำให้จังหวัดเชียงราย หรือจังหวัดอื่นๆ มีแนวทางในการเตรียมความพร้อมเพื่อการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และนำไปสู่ความเป็นเลิศทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสืบไป



3

ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย



เนื้อหาในบทนี้เป็นการศึกษาความมีอยู่ของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของเชียงราย และความพร้อมของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประสิทธิภาพของระบบขนส่งมวลชน ความผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงสถาปัตยกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเชิงสุขภาพและการนวดแผนไทย อาหารพื้นเมือง มาตรฐานผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หัตถกรรมพื้นบ้าน บริการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวบ้านศิลปินเชียงราย และการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย ซึ่งสามารถรวบรวมและนำมาสรุปเป็นประเด็นสำคัญๆ ดังนี้

3.1 ประสิทธิภาพของระบบขนส่งมวลชนเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย (พิมพส ตรีสอน และคณะ, 2550)

3.1.1 การเดินทางสู่เชียงราย

การเดินทางสู่เชียงราย นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงเชียงรายได้รวดเร็วที่สุดทางเครื่องบิน โดยเชียงรายมี 2 สนามบิน แห่งหนึ่งนั้นเป็นสนามบินที่ใช้ในราชการกองทัพอากาศ ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมืองเชียงรายและอีกแห่งเป็นสนามบินพาณิชย์ ตั้งอยู่บริเวณตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง สามารถรองรับเครื่องบินโดยสารขนาดใหญ่ที่บินระหว่างประเทศได้ มีการติดตั้งอุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและทันสมัย ซึ่งการคมนาคมสามารถแบ่งเป็น 3 แบบ คือ

3.1.1.1 การคมนาคมทางอากาศ

การเดินทางทางอากาศเป็นการคมนาคมที่มีความสำคัญและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว จังหวัดเชียงรายมีท่าอากาศยานนานาชาติเชียงราย ซึ่งเป็นท่าอากาศยานที่อยู่ในความรับผิดชอบของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และท่าอากาศยานภายในประเทศจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ ท่าอากาศยานน่าน แพร่ แม่สอ ดาก ลำปางและแม่ฮ่องสอน ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของกรมการบินพาณิชย์



ท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดเชียงราย นับเป็น 1 ใน 6 ท่าอากาศยานนานาชาติของประเทศ ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองเชียงรายไปทางทิศเหนือประมาณ 8 กิโลเมตร มีพื้นที่รวม 3,326 ไร่ ระดับผิวลานวิ่งมีความสูง 3,490 เมตร เหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง

แต่ละวันมีเที่ยวบินจำนวน 10 กว่าเที่ยวบินตามความต้องการของแต่ละฤดูกาล โดยแยกเป็นการเดินทางจากกรุงเทพ-เชียงราย และเชียงราย-กรุงเทพ เป็นหลัก สายการบินที่เปิดให้บริการในปัจจุบัน คือ การบินไทย สายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบิน วัน ทู โก (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)) ที่ผ่านมามีการจัดเที่ยวบินระหว่างเชียงรายและเชียงใหม่ แต่ต้องยกเลิกไปเพราะไม่คุ้มค่าทางการลงทุน เนื่องจากต้นทุนสูง ใช้เวลารอนาน มีความไม่แน่นอน ทำให้ประชาชนไม่นิยม ปัจจุบันท่าอากาศยานเชียงรายรองรับการขนส่งผู้โดยสารเป็นหลัก และเป็นการขนส่งภายในประเทศ

3.1.1.2 การคมนาคมทางน้ำ

การคมนาคมทางน้ำเป็นการขนส่งและเดินทางโดยใช้แม่น้ำโขงหรือแม่น้ำล้านช้าง ซึ่งเป็นแม่น้ำสายนานาชาติที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ นิเวศวิทยา มานุษยวิทยา และสังคมวัฒนธรรม จังหวัดเชียงรายมีท่าเทียบเรือที่อำเภอเชียงแสนและเชียงของ ส่วนใหญ่เป็นการขนส่งระหว่างประเทศ ท่าเทียบเรือที่อำเภอเชียงแสนใช้สำหรับการติดต่อกับประเทศจีนตอนใต้ และบริเวณสามเหลี่ยมทองคำของพม่า ส่วนท่าเทียบเรือที่อำเภอเชียงของใช้ติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่เมืองห้วยทราย แต่มักใช้ในการขนส่งสินค้ามากกว่าการขนส่งผู้โดยสาร

3.1.1.3 การคมนาคมทางบก

การคมนาคมทางบก ได้แก่ การเดินทางโดยรถยนต์หรือรถโดยสารประจำทาง และการเดินทางโดยรถไฟ สำหรับการเดินทางโดยรถยนต์มีหลายเส้นทาง ดังนี้

- เส้นทางนครสวรรค์-ลำปาง-พะเยา-เชียงราย จากรังสิตมาตามถนนพหลโยธิน (ทางหลวงหมายเลข 1) แล้วแยกซ้ายเข้าทางหลวงหมายเลข 32 ที่

อำเภอวังน้อย จากนั้นผ่านจังหวัดอยุธยา สิงห์บุรี ชัยนาท นครสวรรค์ กำแพงเพชร ตาก เข้าสู่จังหวัดลำปาง แล้วตรงไปจังหวัดพะเยา จนเข้าสู่เชียงราย รวมระยะทาง 830 กิโลเมตร

- เส้นทางนครสวรรค์-พิษณุโลก-แพร่-เชียงราย ใช้เส้นทางเดียวกับเส้นทางที่ 1 เมื่อไปถึงจังหวัดนครสวรรค์ ให้แยกขวามือไปตามทางหลวงหมายเลข 117 (นครสวรรค์-พิษณุโลก) จากนั้นใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 11 (พิษณุโลก-เด่นชัย) จากจังหวัดพิษณุโลก ผ่านจังหวัดอุตรดิตถ์ จนถึงอำเภอเด่นชัย ให้เลี้ยวไปทางจังหวัดแพร่ ตามทางหลวงหมายเลข 101 (แพร่-น่าน) จนถึงอำเภอร้องกวาง เลี้ยวซ้ายไปตามทางหลวงหมายเลข 103 ไปบรรจบกับถนนพหลโยธินที่อำเภอจางเข้าสู่จังหวัดพะเยา แล้วตรงต่อไปจนถึงเชียงราย ระยะทางประมาณ 804 กิโลเมตร

- เส้นทางนครสวรรค์-ลำปาง-เชียงใหม่-เชียงราย ใช้เส้นทางเดียวกับเส้นทางที่ 1 จนถึงจังหวัดลำปาง จึงเปลี่ยนไปใช้ทางหลวงหมายเลข 11 (ลำปาง-เชียงใหม่) ผ่านไปจังหวัดลำพูน แล้วเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ แล้วใช้ทางหลวงหมายเลข 118 (เชียงใหม่-เชียงราย) ผ่านคอยสะเก็ด แม่ชะจาน เวียงป่าเป้าเข้าสู่เชียงราย รวมระยะทาง 900 กิโลเมตร มีทางหลวงหมายเลข 11 ผ่านลำพูนมาลำปาง บรรจบกับทางหลวงหมายเลข 1 เพื่อเดินทางกลับกรุงเทพฯ ได้

การคมนาคมทางบกโดยระบบขนส่งมวลชน พบว่า สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงราย มีสำนักงานขนส่งสาขา จำนวน 3 สาขา ได้แก่

- สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงราย สาขาอำเภอเทิง เปิดทำการเมื่อ 25 ธันวาคม พ.ศ.2540 มีเนื้อที่ 8 ไร่ ตั้งอยู่เลขที่ 199 หมู่ 12 ตำบลเวียง อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย มีพื้นที่รับผิดชอบ 5 อำเภอ คือ อำเภอเทิง อำเภอเชียงของ อำเภอพาน อำเภอเวียงแก่นและอำเภอขุนตาล

- สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงราย สาขาอำเภอพาน เปิดทำการเมื่อ 3 เมษายน พ.ศ.2538 ตั้งอยู่เลขที่ 891 หมู่ 1 ถนนพหลโยธิน ตำบลเมืองพาน อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย มีเขตพื้นที่รับผิดชอบ 2 อำเภอ คือ อำเภอพาน และอำเภอป่าแดด



- สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงราย สาขาเวียงป่าเป้า เปิดดำเนินการเมื่อ ปี พ.ศ.2535 มีเนื้อที่ 6 ไร่ ตั้งอยู่เลขที่ 222 หมู่ 1 ตำบลป่าจ้าว อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย มีพื้นที่รับผิดชอบ 2 อำเภอ คือ อำเภอเวียงป่าเป้าและอำเภอแม่สรวย

สำนักงานขนส่งจังหวัดเชียงราย มีสถานีขนส่งผู้โดยสาร 2 แห่ง คือ

- สถานีขนส่งผู้โดยสารจังหวัดเชียงราย เปิดทำการเมื่อ พ.ศ.2514 มีเนื้อที่ 4 ไร่ 2 งาน 22 ตารางวา ตั้งอยู่ที่ ถนนประเสริฐ ตำบลเวียง อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย

- สถานีขนส่งผู้โดยสารอำเภอแม่สาย เปิดทำการเมื่อ 24 มกราคม พ.ศ.2539 มีเนื้อที่ 5 ไร่ ตั้งอยู่เลขที่ 100/89 หมู่ 5 ตำบลเวียงพางคำ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย

สำหรับการคมนาคมโดยทางรถไฟสู่ภาคเหนือตอนบน มีเส้นทางหลักเพียงเส้นทางเดียว โดยเริ่มต้นจากกรุงเทพมหานคร คือ เส้นทางกรุงเทพ-อยุธยา-ลพบุรี-นครสวรรค์-พิจิตร-พิษณุโลก-อุตรดิตถ์-เด่นชัย-ลำปาง-เชียงใหม่ ที่ใช้ทั้งการขนส่งผู้โดยสารและการขนส่งสินค้า

3.1.2 ระบบคมนาคมเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน

3.1.2.1 ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมแห่งสหภาพพม่า

เขตเศรษฐกิจพิเศษอำเภอแม่สาย ติดต่อกับเมืองท่าชายฝั่งหลักของสหภาพพม่า โดยสะพานข้ามแม่น้ำสายที่ปลายทางหลวงหมายเลข 1 อยู่ห่างจากเมืองเชียงตุง ประมาณ 182 กิโลเมตร ถนนเส้นนี้มีสภาพใช้งานได้ดี เนื่องจากเพิ่งได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัยและมีมาตรฐานมากขึ้น ตามทางหลวงสายเอเชียหมายเลข R3B จากเส้นทางหลวงสายนี้สามารถเชื่อมการเดินทางไปยังศูนย์หิมขงมณฑลยูนนานได้ อย่างไรก็ดี มีการวิจารณ์ว่าถนนสายนี้อาจมีศักยภาพและคุณภาพไม่เพียงพอที่จะใช้บรรทุกสินค้าหนักได้ ส่วนทางหลวงภายในประเทศจีนมีการก่อสร้างเป็น

ซูเปอร์ไฮเวย์และปรับปรุงบำรุงทางอย่างสม่ำเสมอทำให้มีสภาพการใช้งานได้ตลอดปี สำหรับการคมนาคมทางน้ำ ทำได้โดยใช้แม่น้ำโขงเป็นเส้นทางขนส่งสินค้าจาก อำเภอเชียงแสนถึงเมืองยอนของสหภาพพม่า ซึ่งปัจจุบันยังไม่นิยมใช้เส้นทางลำเลียงนี้มากนัก หากส่งเสริมให้มีการเดินเรือระหว่างไทยและสหภาพพม่า จะทำให้การค้าขายระหว่างเมืองคลองตัวมากขึ้น ขณะเดียวกันยังเชื่อมต่อไปยังประเทศจีนตอนใต้ได้สะดวกยิ่งขึ้นอีกด้วย

3.1.2.2 ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว)

การเดินทางไปยังประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สามารถใช้การสัญจรทางน้ำ โดยใช้เรือบรรทุกจากบริเวณอำเภอเชียงของไปยังเมืองห้วยทรายแขวงบ่อแก้วและใช้ทางหลวงหมายเลข R3A ในประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อเดินทางไปเมืองหลวงน้ำทา แล้วเข้าสู่ประเทศจีนตอนใต้ (เชียงของ-ห้วยทราย-หลวงน้ำทา-บ่อเต็น) ซึ่งปัจจุบันมีสภาพเส้นทางไม่ค่อยดีมากนัก เนื่องจากเป็นถนนลูกรังและอยู่ระหว่างการก่อสร้างให้ทันสมัย ระยะทางจากชายแดนไทยถึงชายแดนจีน ประมาณ 250 กิโลเมตร เส้นทางนี้นักท่องเที่ยวนิยมใช้กันมาก ส่วนประชาชนในพื้นที่มักใช้เรือหางยาววิ่งรับส่งผู้โดยสารและสินค้าระหว่าง 2 ประเทศ โดยเฉพาะระหว่างอำเภอเชียงของประเทศไทยกับเมืองห้วยทรายของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านการขนส่งทางเรือระหว่างอำเภอเชียงแสนกับเมืองต้นผึ้งของ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ยังมีปริมาณน้อย

3.1.2.3 ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

ปัจจุบันการเดินทางจากจังหวัดเชียงรายไปยังประเทศจีน ทำได้ 2 ระบบ ได้แก่

- การคมนาคมขนส่งทางน้ำ ใช้แม่น้ำโขงขนส่งสินค้าระหว่างไทย-จีน ซึ่งสามารถเดินเรือได้ประมาณ 8 เดือนต่อปี ใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 2 วัน ลักษณะแม่น้ำโขงจะมีเกาะแก่งมาก ทำให้ยากลำบากต่อการเดินทางและต้องใช้พนักงานเดินเรือที่มีความชำนาญ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการคมนาคมขนส่งทางน้ำเน้นการขนส่งสินค้ามากกว่าการขนส่งมวลชน



● การคมนาคมขนส่งทางบก สามารถเลือกการเดินทางโดยใช้เส้นทางผ่านประเทศสหภาพพม่า ด้วยทางหลวงหมายเลข R3B จากท่าขี้เหล็กไปยังเชียงตุง และเข้าสู่ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนหรือทางประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ใช้ทางหลวงหมายเลข R3A จากเมืองห้วยทราย แขวงบ่อแก้ว ไปยังเมืองหลวงน้ำทา เข้าสู่ประเทศจีนได้ ซึ่งสภาพปัจจุบันทั้ง 2 เส้นทางยังไม่สมบูรณ์ ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเดินทางมากและเป็นอันตราย

เมื่อวิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพของระบบการคมนาคมขนส่งของจังหวัด เชียงรายด้วย SWOT ได้รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ประสิทธิภาพระบบคมนาคมขนส่ง
ของจังหวัดเชียงราย ด้วย SWOT

จุดแข็ง (Strength -S)	จุดอ่อน (Weakness -W)
● ที่ตั้งของเชียงราย มีอาณาเขตติดกับพม่า ลาว และเชื่อมต่อไปถึงจีนตอนใต้ ซึ่งเป็นชัยภูมิเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Location) เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านใน GMS ตอนบน ● เชียงรายมีโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งทางถนนเชื่อมโยกับจีน พม่าและลาวอยู่ในระดับที่ดี ● เชียงรายมีสภาพสังคม เศรษฐกิจและการเมืองที่มีเสถียรภาพ พร้อมรับการพัฒนา ● เชียงรายมีการจัดตั้งศูนย์ประสานงานด้านการค้า การลงทุน และการขนส่งกับผู้ประกอบการ ● หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการการค้าอยู่เสมอ ● หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในเชียงรายเริ่มให้ความสำคัญกับการพัฒนาโลจิสติกส์ให้เป็นรูปธรรม ● มีสถาบันอุดมศึกษาในท้องถิ่น เช่น มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา วิทยาเขตเชียงราย ที่มีศูนย์บริการวิชาการ เป็นแหล่งให้คำปรึกษาและแหล่งวิชาการ ● มีสนามบินนานาชาติ นับเป็น 1 ใน 6 ของสนามบินนานาชาติของประเทศ และยังมีศักยภาพในการขยายขอบเขตในการขนส่งมวลชน ● มีท่าเรือพาณิชย์ เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับการค้า การลงทุนและการคมนาคมขนส่งที่อำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ	● บริการขนส่งเชื่อมโยงกับต่างประเทศยังไม่เพียงพอ และต้องพึ่งพาบริการจากธุรกิจต่างชาติเป็นหลัก ทำให้ขาดอำนาจต่อรองด้านราคาและคุณภาพบริการ ● การประกอบการขนส่งมวลชนในจังหวัดยังมีน้อย ● ขาดการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ● ขาดระบบการจัดเก็บข้อมูล และการจัดทำฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ● ในภาพรวมเจ้าหน้าที่รัฐยังไม่ได้รับความเชื่อถือในเรื่องการร่วมรับผลประโยชน์จากเอกชนและนายทุนเพียงบางกลุ่ม โดยอาศัยช่องว่างทางกฎหมาย ● ขาดการวิจัยและพัฒนาด้านการขนส่ง ที่จะเกิดประโยชน์แก่ท้องถิ่นและภูมิภาค ● การค้า การเดินทางกับประเทศเพื่อนบ้าน ยังไม่ได้มาตรฐานสากล ● ขาดการวางผังเมือง และมาตรการทางผังเมืองที่เหมาะสม เพื่อรองรับการพัฒนาการคมนาคมขนส่งในอนาคต ● ขาดการวางแผนบูรณาการการขนส่งและโลจิสติกส์ร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาคและระดับประเทศ

จุดแข็ง (Strength -S)	จุดอ่อน (Weakness -W)
เริ่มพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะระหว่างอำเภอ จังหวัดและเชื่อมโยงถึงประเทศเพื่อนบ้านในอนาคค	- ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะยังไม่มีมาตรฐาน และขาดความน่าเชื่อถือ ทั้งภายในและระหว่างจังหวัด - ขาดผู้รับผิดชอบ (เจ้าภาพ) ในการส่งเสริมกิจกรรมและ พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งอย่างเป็นรูปธรรม
โอกาส (Opportunity -O)	อุปสรรค (Threats -T)
- การค้า การเดินทางระหว่างประเทศโดยผ่าน จังหวัดเชียงรายมีปริมาณและมูลค่าสูงขึ้น - รัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ มากขึ้น - มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน และเชื่อมโยงสู่กัน - รัฐบาลมีนโยบาย มาตรการ และผลักดันยุทธศาสตร์ การพัฒนาที่เปิดโอกาสให้หน่วยงานราชการ หน่วยงานด้าน พาณิชย์และอุตสาหกรรม หอการค้า สมาคมอุตสาหกรรม ชุมชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา - พัฒนาการของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้หน่วยงานต่างๆ สามารถพัฒนา และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ให้สามารถทำงานได้ถูกต้อง แม่นยำและรวดเร็วยิ่งขึ้น	- การเดินทางเชื่อมโยงโดยอาศัยแม่น้ำโขงมีอุปสรรค ในการเดินเรือมาก และไม่สามารถกำหนดระยะเวลา ที่แน่นอนได้ - กฎระเบียบเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจขนส่งไม่เอื้อต่อ การประกอบการ - การให้บริการของภาครัฐยังขาดการบูรณาการ - ประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศต้นน้ำ มีการสร้างเขื่อน เพื่อเก็บกัก และบริหารจัดการน้ำในแม่น้ำโขง จึงได้เปรียบในการขนส่งทางน้ำ ทั้งการขนส่งมวลชน และการขนส่งสินค้า - หลายพื้นที่ขาดบริการโครงสร้างพื้นฐาน เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์และระบบอินเทอร์เน็ต

ที่มา : พิมพร ศรีสอน และคณะ (2550)

3.1.3 ประสิทธิภาพของระบบขนส่งมวลชนในจังหวัดเชียงราย

สำนักงานคณะกรรมการจัดระบบการจราจรทางบก สำนักงานกฤษฎีกา ได้มีการสำรวจข้อมูลด้านการจราจรและขนส่งภายในเมืองเชียงราย พบว่าสัดส่วน การเดินทางโดยแยกตามระบบขนส่งที่ใช้ ดังนี้ รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 22.9 รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 60.0 รถสี่ล้อ ร้อยละ 5.4 รถประจำทาง ร้อยละ 0.8 และ รถอื่นๆ ร้อยละ 4.1 สรุปได้ว่า ผู้เดินทางส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 90 นิยมเดินทาง ด้วยพาหนะส่วนตัว คือ รถยนต์และรถจักรยานยนต์ ส่วนสภาพการจราจร ของถนนในเมืองเชียงรายมีความเร็วเฉลี่ย (Ravel Speed) มากกว่า 35 กิโลเมตรต่อ ชั่วโมง และมีความจุสำรองของเส้นทางเกินกว่าร้อยละ 30 กล่าวคือ การจราจร อยู่ในสภาพไม่ติดขัดและไม่เป็นปัญหาต่อการจราจร คงมีปัญหาดิตขัดเฉพาะชั่วโมง



เร่งด่วน คือ ตอนเช้าและเย็น (07.30 - 08.30 น. และ 16.00 - 17.00 น.) โดยเฉพาะบริเวณจุดแยกต่างๆ รวมถึงย่านการค้าและเขตที่มีประชาชนหนาแน่น เช่น ตลาดสดสถานศึกษาและสถานที่ราชการ ความเร็วเฉลี่ยการเดินทางในชั่วโมงเร่งด่วนอยู่ระหว่าง 20 - 35 กิโลเมตรต่อชั่วโมง และความจุลำรถของถนนสายหลักอยู่ระหว่าง 30 - 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ข้อมูลแหล่งเดียวกันนี้ ได้วิเคราะห์แนวโน้มอีกด้วยการเพิ่มยานพาหนะส่วนตัวในปี 2549 รถเก๋งจะมี 99,560 คัน รถจักรยานยนต์ 258,650 คัน และรถจักรยานยนต์จะมี 1,147,742 คัน ส่วนความเร็วในย่านธุรกิจจะลดลงเหลือร้อยละ 12.5 ในเขตเมือง ลดลงเป็นร้อยละ 21.1 และถนนพหลโยธินและถนนสายเลี่ยงเมือง ลดลงเป็นร้อยละ 12.3 พิมพ์ ศรีสอน และคณะ (2550) กล่าวว่า เชียงรายเป็นหนึ่งในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนมีเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาในอนาคตโดยกำหนด “แผนยุทธศาสตร์จังหวัดเชียงราย” ซึ่งมีเป้าหมายให้เชียงรายเป็นศูนย์กลางการพัฒนาในอนาคตกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน เชื่อมกับเมืองสำคัญในภูมิภาคนี้ ได้แก่ เชียงใหม่-เชียงราย-เชียงใหม่-เชียงใหม่-เชียงใหม่ (หลวงพระบาง) หรือเรียกสั้นๆ ว่า “ยุทธศาสตร์ 5 เชียง” ยุทธศาสตร์หนึ่งที่น่าสนใจ คือ การพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ (Logistics) เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อรองรับเขตเศรษฐกิจชายแดนและการลงทุนเพื่อผลิตสินค้าส่งออก นอกจากนี้ ยังมุ่งไปที่การส่งเสริมให้เชียงรายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพื่อนบ้านในอนาคตกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

การเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาเมืองอย่างรวดเร็วของเชียงรายช่วงหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนและระบบการจราจรในเมืองที่ยังสนองตอบไม่ทันกับความต้องการเดินทางของประชาชนและจำนวนยานพาหนะที่เพิ่มขึ้น หากไม่มีการจัดระบบจราจรและการขนส่งที่เหมาะสม จะทำให้เกิดผลเสียทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเช่นเดียวกับเมืองใหญ่อื่นๆ แม้ว่าสภาพปัญหาการจราจรยังไม่รุนแรงเท่า แต่หากไม่ป้องกันและแก้ไขอย่างจริงจังแล้วจะเป็นปัญหาที่กระทบการพัฒนาเมืองเชียงรายในอนาคต

แม้ยุทธศาสตร์ของจังหวัดจะเน้นไปที่การขนส่งสินค้า แต่การขนส่งคนก็เป็นเป้าหมายหนึ่งที่หน่วยงานที่รับผิดชอบพึงตระหนัก เพื่อให้สอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการเดินทางจากที่อยู่อาศัยประจำไปยังแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมความงามทางธรรมชาติและคุณค่าทางวัฒนธรรม จึงต้องอาศัยการขนส่งเพื่อนำผู้โดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวตามต้องการ แต่หากไม่มีการขนส่งผู้โดยสารไปยังแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ก็จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นเสมือนไร้คุณค่าเพราะไม่ได้รับการมาเยือน แม้ว่านักท่องเที่ยวอาจเดินทางมาด้วยตนเอง ก็ถือเป็นการขนส่งทางเลือกหนึ่งเท่านั้น ดังนั้น การจัดการประสิทธิภาพการขนส่งให้มีทางเลือกหลากหลายและมีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบเพื่อความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวจึงเป็นภารกิจและเป้าหมายที่สำคัญยิ่งของการพัฒนาองค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยว

แนวคิดการพัฒนาระบบขนส่งมวลชนเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงรายแบบบูรณาการ พ.ศ.2547-2549 ในเป้าประสงค์การพัฒนาจังหวัดเชียงรายข้อที่ 3 ว่าด้วยประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีอัตราเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 เป็นประจำทุกปี (พ.ศ.2547-2550) ซึ่งตามข้อมูลพื้นฐานพบว่า

- จังหวัดเชียงรายมีรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2545 จำนวน 8,552 ล้านบาท โดยพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ รถประจำทาง รถส่วนตัว และเครื่องบิน
- อุปสรรค (Threat) ที่สำคัญประการหนึ่งของภารกิจในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คือ การคมนาคมทางบก จังหวัดเชียงรายยังขาดระบบขนส่งมวลชนที่มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ปัญหาหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพบอยู่เสมอและไม่ได้รับการแก้ไข คือ ปัญหาระบบการจราจรไม่ได้มาตรฐานสากล ขาดระบบขนส่งมวลชนที่ได้มาตรฐานในเมืองท่องเที่ยวหลักสามเมือง ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอแม่สาย และอำเภอเชียงแสน ปัจจุบันในเทศบาลนครเชียงราย



อำเภอแม่สาย และอำเภอเชียงแสนไม่มีรถประจำทางวิ่งรอบเมือง เมื่อนักท่องเที่ยวจะไปชมสถานที่ท่องเที่ยวหากไม่มีรถส่วนตัวก็ต้องเช่ารถยนต์ รถจักรยานยนต์ หรือรถจักรยาน ซึ่งจะสนองตอบได้เฉพาะนักท่องเที่ยวเพียงบางกลุ่มเท่านั้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยเครื่องบินถ้าไม่ใช้บริการรถเช่าเอกชน ซึ่งมีบริการ ณ ท่าอากาศยานเชียงรายแล้ว จะต้องเหมารถรับจ้างเพื่อเข้ามาในตัวอำเภอเมือง ซึ่งมีค่าบริการประมาณ 200 - 300 บาท ปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาเดียวกันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ด้วย ทั้งในเขตอำเภอแม่สายและอำเภอเชียงแสน เช่น การเดินทางไปยังด่านชายแดนไทย-พม่า ที่อำเภอแม่สาย (ช่วงวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ.2546 ถึงวันที่ 4 มกราคม พ.ศ.2547 มีผู้เดินทางข้ามไปประเทศพม่าจำนวน 43,210 คน) หรือการเดินทางไปยังพื้นที่สามเหลี่ยมทองคำที่อำเภอเชียงแสน เมื่อนักท่องเที่ยวจะไปยังปลายทางของทั้งสองเส้นทางดังกล่าว จะต้องใช้บริการรถโดยสารประจำทางซึ่งให้บริการเพียงไม่กี่เที่ยวต่อวัน ทำให้ขาดความคล่องตัวในการเดินทาง

อุปสรรคสำคัญประการหนึ่งของระบบการขนส่งในเชียงราย ซึ่งส่งผลกระทบทางการท่องเที่ยวระยะสั้น ได้แก่ นักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบ ไม่มีทางเลือกและไม่ได้รับความสะดวกต่อการไปเที่ยว เป็นต้น และอาจเกิดผลกระทบยาวไ้หากนักท่องเที่ยวเสียความรู้สึกที่ดีและไม่คิดจะมาเที่ยวในจังหวัดเชียงรายอีกต่อไป ปัญหาต่างๆ ตลอดจนแนวทางแก้ไขที่เหมาะสมเพื่อปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายให้เติบโตต่อไปได้

3.1.4 ความสัมพันธ์ระหว่างระบบขนส่งมวลชนกับการท่องเที่ยว

(พิมพส ตรัสอน และคณะ, 2550)

ระบบขนส่งมวลชน เป็นบริการหนึ่งที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพื่อไปถึงจุดหมายปลายทางตามความต้องการ การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นไม่ได้ถ้าไม่มีการขนส่งมวลชน เพราะเป็นสิ่งช่วยกระตุ้นให้มีการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้มีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมขนส่งและยานพาหนะที่สะดวกสบายและทันสมัย เพื่อตอบสนองความต้องการด้านความรวดเร็วและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ทั้งยังเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพยกระดับมาตรฐานการดำเนินชีวิตหรือคุณภาพชีวิตที่ดีของประชาชนในถิ่นนั้นๆ นอกจากนี้ การขนส่งมวลชนยังช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกลหรืออยู่ในแหล่งทุรกันดารได้รับการพัฒนา อีกทั้งเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกปลอดภัย ทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวตามมาได้

การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาระบบขนส่งมวลชน ทั้งนี้ เมื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเจริญเติบโต มีนักท่องเที่ยวไปท่องเที่ยวมากขึ้น ความต้องการในการใช้บริการขนส่งผู้โดยสารย่อมเพิ่มขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาระบบขนส่งผู้โดยสารให้มีความสะดวกสบาย รวดเร็ว ใช้พลังงานน้อยลง ทำให้ช่วยลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

ระบบขนส่งมวลชนยังช่วยลดปัญหาการว่างงาน ก่อให้เกิดการร่วมมือทางเศรษฐกิจและชักนำการลงทุนเข้าสู่พื้นที่ ช่วยลดดุลการชำระเงินของประเทศ ทั้งยังมีประโยชน์ต่อสังคมอีกด้วย กล่าวคือ ช่วยขยายเมือง ทำให้การเดินทางสะดวก รวดเร็ว ประชาชนสามารถตั้งบ้านเรือนกระจายไกลออกไป ก่อให้เกิดชุมชนใหม่ๆ ช่วยลดการแบ่งแยกของสังคม เพราะประชาชนสามารถไปมาหาสู่กันได้ไม่ว่าสังคมเมืองหรือสังคมชนบท ทั้งยังช่วยให้มาตรฐานการศึกษาดีขึ้น เพราะสามารถกระจายสถานศึกษาไปยังท้องถิ่นต่างๆ ได้อย่างเหมาะสมโดยอาศัยการขนส่งมวลชนไปยังสถานศึกษานั้นๆ นอกจากนี้ ยังช่วยให้มาตรฐานการครองชีพดีขึ้น และช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

3.1.5 ปัญหาระบบขนส่งมวลชนเพื่อการท่องเที่ยว

แม้การขนส่งมวลชนจะก่อเกิดประโยชน์อย่างมากในการพัฒนาจังหวัดและการพัฒนาการท่องเที่ยวของเชียงราย อย่างไรก็ตาม การขนส่งมวลชนยังเป็นสาเหตุที่ก่อปัญหาต่างๆ ตามมามากมายด้วย อาทิ มลพิษทางอากาศ มลพิษทางน้ำ เสียงรบกวน การจราจรติดขัด อุบัติเหตุจลาจล รวมถึงปัญหาด้านการลงทุน



พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการสถานีขนส่งจังหวัดเชียงราย พบว่า เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยอยู่ในช่วงวัย 21 - 30 ปี ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในจังหวัดเชียงราย เลือกใช้สถานีขนส่งเพราะเป็นบริการที่อยู่ภายใต้การควบคุมของรัฐ ส่วนมากใช้เวลาอยู่ที่สถานีขนส่งประมาณ 1 - 2 ชั่วโมง การบริการที่นักท่องเที่ยวต้องการใช้ ณ สถานีขนส่ง คือ เพื่อบริการการเดินทาง รับทราบข้อมูลกำหนดเวลาในการเดินทาง บริการจำหน่ายตั๋วโดยสาร บริการรับจองตั๋วเครื่องบิน บริการเสียงเพลงและเสียงตามสาย เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาใช้บริการของสถานีขนส่ง คือ ปัจจัยด้านราคาในการบริการและราคาของสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านสถานที่ที่มีความปลอดภัย สะอาด และสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก ความมีคุณภาพด้านการบริการ พนักงานมีความสามารถในการให้บริการที่รวดเร็ว สุภาพ มีน้ำใจ มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และเสนอบริการที่ดีแก่ลูกค้า ปัจจัยด้านการสื่อสาร สิ่งแวดล้อมเครือข่ายการขนส่ง ยานพาหนะ เป็นต้น

ปัญหาด้านระบบขนส่งมวลชนเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย สรุปได้ดังนี้

3.1.6 ปัญหาด้านระบบขนส่งมวลชนในจังหวัดเชียงราย

จากทัศนคติและความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นในจังหวัดเชียงราย ด้านงานขนส่ง มวลชนทางบก ทำให้ทราบข้อมูลที่เป็นปัญหา ดังนี้

1) แนวคิดริเริ่มให้มีโครงการรถไฟฟ้ามหานคร

จากการศึกษาและสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องฝ่ายบริหารงานปกครอง สำนักงานปกครอง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ได้เสนอแนวคิดริเริ่มให้มีโครงการรถไฟฟ้ามหานคร เนื่องจากจังหวัดเชียงรายบริเวณกำแพงเมืองเชียงแสน มีวัดเก่าอยู่ประมาณ 70 วัด ในการเดินทางรอบเมือง แต่จนถึงปัจจุบันยังไม่มี การตอบสนองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมของแนวคิดดังกล่าว

2) ความไม่คุ้มค่าและไม่สามารถที่จะจัดบริการได้ตรงตามตารางเวลาที่กำหนดไว้

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการรถสองแถว พบว่า ปัจจุบันในอำเภอเชียงแสนมีรถโดยสารสาธารณะบริการ 2 ระยะ คือ สายที่เดินทางระยะสั้นระหว่างเชียงแสน กับทุ่งกึ่ง และการเดินทางระยะยาวระหว่างเชียงแสนกับแม่สาย สำหรับสายที่เดินทางระหว่างเชียงแสนกับแม่สายนั้นมีตารางเวลาเดินรถดังนี้

- เที่ยวไป ออกจากเชียงแสน เวลา 7.00/7.40/8.20/9.40/10.20/11.00/11.40/12.20/13.00/14.00 เที่ยวสุดท้าย
- เที่ยวกลับ ออกจากแม่สาย เวลา 7.20/8.00/8.40/9.20/10.00/10.40/11.20/12.00/12.40/13.20/14.00 เที่ยวสุดท้าย

โดยหากไปลงที่สามเหลี่ยมทองคำคิดค่าบริการ 15 บาทต่อคนต่อครั้ง แต่หากลงที่ปลายทางคิด 40 บาทต่อคนต่อครั้ง ราคาเหมาทั้งคันคิด 400 บาท ปัญหาที่เกิดขึ้น คือ บางครั้งมีผู้โดยสารน้อยมากจนต้องเลื่อนเวลาออกไปจากกำหนดเวลาเดิม กรณีใช้รถสามล้อ คิด 20 บาท สำหรับเส้นทางระยะสั้น

3) ขาดผู้ลงทุนในระบบขนส่งมวลชน

จากทัศนะของนายกเทศมนตรีจังหวัดเชียงราย พบว่า ปัญหาของระบบขนส่งมวลชนของจังหวัด คือ ขาดผู้ลงทุนในกิจการเดินรถ ทั้งนี้ จังหวัดมีนโยบายส่งเสริมให้ภาคเอกชนจัดตั้งกลุ่มรถนำเที่ยวบนถนนในเขตอำเภอที่ต้องการปรับปรุงระยะทาง 4.4 กิโลเมตร ซึ่งต้องใช้งบประมาณ 54 ล้านบาท จึงได้เสนอขอของบประมาณผ่านกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นระยะแรก 34 ล้าน ซึ่งเป็นงบประมาณปี พ.ศ.2550 ซึ่งอยู่ระหว่างการพิจารณาจัดสรรงบประมาณ

4) ปัญหาขาดแคลนลานจอดรถ

จากทัศนะของนายกเทศมนตรีอำเภอแม่สาย พบว่า สภาพของแม่สายโดยทั่วไปมีนักท่องเที่ยว 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ข้ามพรมแดน และกลุ่มที่มาซื้อสินค้าที่ชายแดนแม่สาย ปัญหาของแม่สาย คือ ในบริเวณจุดท่องเที่ยวมีสถานที่จอดรถ



ไม่เพียงพอ ส่วนสถานที่จอดรถของเอกชนมีการเก็บค่าธรรมเนียมค่าที่จอดรถถึง 40 บาทต่อคัน ทำให้รถบางส่วนไม่ต้องการจ่ายค่าที่จอดรถแพงจึงไปจอดในผิวจราจร ทำให้เกิดปัญหาการกีดขวางทางจราจรตามมา

5) ปัญหาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

เนื่องจากจังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นใหม่หลายแห่ง แต่ยังคงประสบปัญหาสำคัญในเรื่องการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นประเด็นปัญหาที่ต้องแก้ไขเร่งด่วน เพราะรถโดยสารประจำทางในปัจจุบันไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมไม่ถูกพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวในระยะเวลาอันใกล้ เนื่องจากสิ่งเห็นถึงความยากลำบากในการเข้าไปชื่นชมแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เช่น เส้นทางคอยห้วยแม่คำ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรคอยวาวี เส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอแม่สรวย เมืองชายแดนห้วยโก๋น เมืองโบราณเวียงกาหลงและหมู่บ้านประมงปากนาย เป็นต้น

6) ปัญหาการให้บริการ

การให้บริการขนส่งมวลชนในจังหวัดเชียงราย พบว่า ยังไม่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวท้องถิ่นเกิดความพอใจ ได้แก่ 1) พนักงานให้บริการบนรถโดยสารไม่ค่อยดูแลนักท่องเที่ยวท้องถิ่นเท่าที่ควร เช่น ปล่อยให้นักท่องเที่ยวท้องถิ่นขึ้นป็นารถเองโดยคิดว่าเดินทางมาบ่อยแล้ว หาที่นั่งเองได้ หรือว่าการบริการของผู้ให้บริการประจำรถในการเสิร์ฟกาแฟสำเร็จรูป แต่ไม่มีน้ำสำหรับชงกาแฟ หรือไม่มีน้ำเปล่าให้ 2) การเสพสุรา ยาบ้า การขับรถโดยประมาทและคึกคะนองของพนักงานขับรถ และ 3) กริยามารยาทของพนักงานประจำรถ เป็นต้น

7) ปัญหาความไม่เพียงพอของยานพาหนะ

ปัญหาความไม่เพียงพอของพาหนะในจังหวัดเชียงรายนั้น พบว่า ช่วงเวลาที่พบปัญหานี้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเวลากลางคืน ซึ่งมีปัญหาเรื่องปริมาณรถบริการไม่เพียงพอ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องเช่าหรือเหมารถในราคาค่อนข้างสูงเกินกว่าที่ควรจะเป็น

8) ปัญหาด้านสภาพของยานพาหนะ

นอกจากเรื่องปริมาณพาหนะมีไม่เพียงพอแล้วในเรื่องของสภาพของยานพาหนะก็เป็นอีกประเด็นปัญหาหนึ่ง โดยเฉพาะรถยนต์โดยสารประจำทางที่มีเส้นทางในการเดินทางในต่างจังหวัดที่ไม่ใช่รถหมวด 2 พบว่า สภาพตัวรถค่อนข้างเก่าและทรุดโทรม โดยเฉพาะรถที่เดินทางระหว่างจังหวัดใกล้เคียงหรือระหว่างอำเภอและปัญหาสิ่งอำนวยความสะดวกภายในยานพาหนะ เช่น ห้องสุขา เครื่องปรับอากาศ เบาะนั่ง กระพริบหน้าต่างแตกร้าว ความพร้อมของยานพาหนะและสิ่งอำนวยความสะดวกบนยานพาหนะที่ใช้บริการไปยังสถานที่ต่างๆ จากสถานีขนส่งยังคงด้อยประสิทธิภาพอย่างมาก

9) ปัญหาสภาพแวดล้อมของสถานีขนส่ง

ในส่วนของสถานีขนส่ง ซึ่งเป็นแหล่งกระจายนักท่องเที่ยวหลักของจังหวัดเชียงรายก็ประสบปัญหาเช่นกัน เช่น ปัญหาด้านสภาพแวดล้อมของสถานีขนส่ง เรื่องความสะอาดของสถานีขนส่ง ความสะอาดของห้องสุขาภายในสถานีขนส่งและการจัดระบบการจราจรภายในสถานีขนส่ง

10) ปัญหาการขาดแคลนอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก

อีกประการหนึ่งที่สำคัญที่สถานีขนส่งยังมีปัญหา คือ การขาดแคลนอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่สถานีขนส่ง ได้แก่ ที่นั่งไม่เพียงพอ สถานที่จอดรถไม่สะดวกสบาย และไม่ปลอดภัย ปัญหาการบริการโทรศัพท์สาธารณะ ปัญหาห้องน้ำสกปรก ร้านอาหารไม่ถูกสุขลักษณะ และไม่มีรถเข็นสำหรับการเคลื่อนย้ายสัมภาระ

11) ปัญหายาเสพติดจากชายแดน

ปัญหาด้านยาเสพติดเกิดจากการติดต่อคมนาคมขนส่ง โดยทะลักเข้ามาพร้อมกันในหลายรูปแบบ เช่น การลักลอบขนสินค้าหนีภาษีจากประเทศจีน การขนส่งแรงงานต่างด้าวเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย และความไม่ปลอดภัยจากเหตุการณ์



ความไม่สงบในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัด เชียงรายในทางอ้อม และต่อนักท่องเที่ยวท้องถิ่นที่ต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในพื้นที่ชายแดนเชียงราย

12) ปัญหาการคมนาคมทางเลือก

สืบเนื่องจากปัญหาด้านการคมนาคมดังที่กล่าวมา ยังเป็นผลให้เกิด ความต้องการให้มีทางเลือกอื่นในการขนส่งมวลชน นอกเหนือจากรถยนต์โดยสาร ประจำทาง เช่น รถไฟ เป็นต้น

3.1.7 ข้อเสนอแนะการพัฒนาาระบบขนส่งมวลชนเพื่อการท่องเที่ยว ที่ยั่งยืน

การจัดการระบบขนส่งมวลชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพมีประเด็น ที่ควรให้ความสำคัญและนำไปดำเนินการได้ ดังนี้

- จัดการให้รถสองแถววิ่งตามเส้นทางสัมปทานอย่างเคร่งครัด และกำหนด จุดรับ-ส่ง ผู้โดยสารที่แน่นอน รวมถึงการควบคุมการเพิ่มจำนวนรถสอง แถวอย่างเหมาะสมกับปริมาณนักท่องเที่ยวและความต้องการของตลาด ท่องเที่ยว
- การรณรงค์ตรวจสภาพรถสองแถวให้อยู่ในสภาพที่ดีเหมาะสมต่อการวิ่ง รับ-ส่งผู้โดยสาร
- พัฒนาผู้ใช้รถใช้ถนนอย่างต่อเนื่อง เช่น จัดอบรมเรื่องการจราจรและ มารยาทการขับขี่ และในมาตรการระยะยาว เพื่อรองรับการเจริญเติบโต ของการท่องเที่ยว
- พัฒนาระบบขนส่งมวลชนสาธารณะอื่นๆ ให้มีประสิทธิภาพและเป็นทาง เลือกแก่นักเดินทางอย่างหลากหลาย
- เปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาลงทุนในระบบขนส่งมวลชนสาธารณะให้มาก ขึ้น
- การควบคุมและประกาศราคามาตรฐานเพื่อป้องกันการโกงราคาของ การใช้บริการยานพาหนะ เพื่อเป็นหลักประกันแก่นักท่องเที่ยว

3.2 ศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปาจังหวัด

เชียงราย (สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และคณะ, 2550)

การศึกษาโครงการศักยภาพและความพร้อมของการท่องเที่ยวเชิงสปาจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการแข่งขันในระดับสากล และทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงราย โดยสามารถสรุปผล ได้ดังนี้

3.2.1 องค์ประกอบของสปา

สปานอกจากเป็นกิจกรรมบำบัดสุขภาพด้วยน้ำแล้วยังประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบริการด้านโภชนาการ การออกกำลังกาย ตลอดจนถึงความสวยงาม ซึ่งกิจกรรมที่จัดขึ้นต่างมีวัตถุประสงค์เพื่อบำรุงสุขภาพและความต้องการของผู้มาใช้บริการ ซึ่งมีความหลากหลายแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม แม้ว่า สปาจะมีการพัฒนารูปแบบที่ขยายออกไปมาก แต่หัวใจสำคัญของสปามีอยู่ 4 ประการ คือ การอาบน้ำชำระร่างกาย การให้ความร้อนแก่ร่างกาย การขัดถู นวด และการผ่อนคลาย นอกจากนี้ กิจกรรมสปายังมีส่วนที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้ง 5 ได้แก่

- รูป จากสถานที่ซึ่งมีการสร้างบรรยากาศให้ร่มรื่นและสงบรู้สึกผ่อนคลาย เช่น ตกแต่งเป็นศูนย์สปา ที่เต็มไปด้วยแมกไม้หลายพันธุ์
- รส จากเครื่องดื่มหรืออาหารที่มีคุณสมบัติช่วยขับสารพิษที่ตกค้าง และเสริมสร้างสุขภาพที่ดีควบคู่กันไป
- กลิ่น จากการบำบัดด้วยพฤษาธรรมชาติ หรือสมุนไพร
- เสียง โดยนำเสียงเพลงบรรเลงมาช่วยในการผ่อนคลาย
- สัมผัส เป็นการนวดเพื่อผ่อนคลาย ซึ่งอาจนำภูมิปัญญาตะวันตกมาผสมผสานกับการนวดแผนโบราณของแต่ละท้องถิ่นก็ได้



3.2.2 ประเภทของธุรกิจสปา

ในแต่ละประเทศจะมีหลักการจำแนกตามรูปแบบบริการสปาที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ขึ้นอยู่กับการนำมาประยุกต์หรือผสมผสานให้มีลักษณะโดดเด่นตามการวางตำแหน่งสถานที่บริการหรือเป็นเอกลักษณ์สอดคล้องตามความต้องการตลาดแต่ละกลุ่ม ซึ่งล้วนแสวงหาการบำบัดฟื้นฟูสุขภาพ ทั้งที่เป็นสุขภาพร่างกายและสุขภาพจิตใจให้ได้รับการผ่อนคลาย เพื่อเพิ่มพลังชีวิต สำหรับการจำแนกประเภทธุรกิจสปาตามหลักการขององค์กรสปาระหว่างประเทศ หรือ International Spa Association (ISPA- Europe) แบ่งเป็นดังนี้

- Hotel & Resort Spa สถานบริการสปาที่อยู่ในโรงแรมหรือรีสอร์ท เพื่อรองรับผู้มาพักแรมที่ต้องการใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลายนอกเหนือจากใช้บริการห้องพัก
- Destination Spa เป็นสปาที่ตั้งแยกออกมาต่างหากอย่างเด่นชัด เพื่อให้บริการดูแลสุขภาพด้วยบริการเป็นการเฉพาะอย่างครบวงจร ผู้มาใช้บริการไม่ใช่เข้ามาพักอย่างเดียว แต่จะต้องพักและเข้าร่วมกิจกรรมภายใต้โปรแกรมที่เตรียมไว้ให้เลือกมากมาย เช่น โปรแกรมพักผ่อน คลายเครียด โปรแกรมทำสมาธิและดูแลสุขภาพจิต เป็นต้น
- Medical Spa เป็นสปาที่มีการบำบัดรักษาควบคู่กับศาสตร์ทางการแพทย์และเครื่องมือแพทย์บางอย่างภายใต้การดูแลของบุคลากรแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ บริการสปานี้มักตั้งอยู่ตามสถานรักษาพยาบาล อาทิ โรงพยาบาล คลินิก
- Day Spa or City Spa เป็นสปาที่ใช้เวลาในการทำให้เสร็จระหว่างวัน อาจแค่เพียง 30 นาที หรือ 1 ชั่วโมง จึงไม่จำเป็นต้องมีห้องพักไว้บริการ สถานที่ตั้งของสปานี้จึงมักอยู่ในเมืองใหญ่ หรือย่านธุรกิจสำคัญที่มีผู้มาใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวก



- Mineral Spring Spa เป็นการให้บริการสปาตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นบ่อน้ำร้อนหรือน้ำพุร้อนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ
- Club Spa เป็นสปาที่มีการผสมผสานกับฟิตเนสหรือการออกกำลังกายเพื่อให้บริการสมาชิกสโมสร
- Cruise Ship Spa เป็นการให้บริการสปาบนเรือสำราญ ผสานกับการออกกำลังกาย การจัดเตรียมอาหารที่ส่งเสริมสุขภาพ เพื่อให้มีความสุขสบาย ผ่อนคลายและปลอดโปร่งระหว่างการเดินทาง

3.2.3 ศักยภาพและความพร้อมของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงราย

(สุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และคณะ, 2550)

3.2.3.1 ความพร้อมของผู้ประกอบการสปาในจังหวัดเชียงราย

เมื่อพิจารณาการจัดการภายในหน่วยธุรกิจสปาจากลูกโซ่แห่งคุณค่า (Value chain) ส่วนใหญ่พบว่า

1. การจัดซื้ออุปกรณ์และผลิตภัณฑ์สปาต่างๆ ส่วนใหญ่ต้องนำเข้าจากจังหวัดอื่น ได้แก่ กรุงเทพฯ หรือเชียงใหม่ ซึ่งมีราคาสูงกว่าและมีหลากหลายมากกว่า
2. เนื่องจากสถานที่แต่ละแห่งอยู่ห่างไกลกัน และการคมนาคมสาธารณะยังไม่สะดวก แต่บริษัทนำเที่ยวและให้บริการรถเช่ามีจำนวนมาก ดังนั้นหากมีการร่วมมือในลักษณะแบ่งทรัพยากรร่วมกันจะช่วยลดต้นทุนได้

และจากการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม เพื่อประเมินศักยภาพและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้ทราบประเด็นด้านศักยภาพ ดังนี้

3.2.3.2 ศักยภาพของธุรกิจสปาในเชียงราย โดยสามารถจัดประเด็นได้ดังนี้

1. ด้านผู้ให้บริการ

- 1) ด้านผู้ให้บริการ ซึ่งมีผู้ให้บริการจำนวนน้อยและมีความแตกต่างอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดรูปแบบและวัตถุประสงค์การให้บริการ



- 2) พนักงานผู้ให้บริการ ซึ่งนิยมจ้างคนท้องถิ่นซึ่งมีทักษะด้านภาษาอังกฤษได้ไม่มากนัก แต่จังหวัดเชียงร่ายมีจำนวนสถาบันการศึกษาทั้งระดับอุดมศึกษาและเตรียมอุดมศึกษาที่สามารถผลิตฝีมือแรงงานระดับพื้นฐานได้เพียงพอ แต่ขาดฝีมือแรงงานระดับสูง ซึ่งปัจจุบันได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในจังหวัด ที่จะจัดอบรมทั้งในและนอกจังหวัด ทำให้ต้องลงทุนด้านการศึกษาและค่าเดินทาง ทำให้ต้นทุนเริ่มต้นค่อนข้างสูง
- 3) ผู้ให้บริการ เจ้าของ หรือผู้จัดการสปาในจังหวัดเชียงร่าย มีความสนใจในการให้บริการสปาและตอบรับการเข้าระบบใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการสปาของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ระหว่างการพัฒนาเพื่อเข้าร่วมโครงการ

2. ฝ่ายสนับสนุน (Support Side)

- 1) การที่รัฐบาลได้กำหนดนโยบายอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ว่าราชการฯ รับมาปฏิบัติ และได้พยายามหาจุดเด่นของแต่ละจังหวัด ทำให้ผู้ประกอบการจึงได้รับการสนับสนุนในกิจกรรมต่างๆ อยู่เสมอ จากหน่วยงานที่สนับสนุนได้แก่ กองสนับสนุนธุรกิจบริการ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด และศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน
- 2) ด้านการจัดการและพัฒนาบุคลากร มีสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาจำนวน 2 แห่ง ที่มีนโยบายด้านการพัฒนาธุรกิจบริการสุขภาพ และกรมพัฒนาฝีมือแรงงานซึ่งมี 2 แห่ง ซึ่งพร้อมจะให้ความรู้แก่ผู้ให้บริการ
- 3) ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชียงร่ายที่มีทรัพยากรธรรมชาติสมบูรณ์ มีประวัติศาสตร์และเป็นเมืองวัฒนธรรมจำนวนมาก ซึ่งล้วนแต่เป็นการท่องเที่ยวที่บำบัดด้านจิตใจเป็นอย่างดี
- 4) โครงการและกิจกรรมพื้นฐาน ได้แก่ ด้านการคมนาคม ซึ่งเชียงร่ายกำลังพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการคมนาคมเพื่อเป็นประตูสู่กลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (Greater Maekong Sub-region: GMS) ด้านการประปาซึ่งเชียงร่ายมีน้ำใช้ตลอดทั้งปีหาได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติ



3.2.4 มาตรฐานธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงราย

จากจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจสปาจำนวน 21 แห่ง แต่ได้รับใบรับรองมาตรฐานสถานบริการ 3 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 14 ถือว่าน้อย อาจเนื่องจากเป็นระยะเริ่มต้นของการยื่นขอใบรับรอง ซึ่งหลายๆ แห่งที่เป็นสถานประกอบการขนาดกลางขึ้นไป ยินดีและกำลังดำเนินการเพื่อที่จะได้รับรองมาตรฐานและมีค่าระดับมากในทุกด้านของการพิจารณามาตรฐานสปา ได้แก่ ด้านสถานประกอบการ ด้านผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ด้านผู้ให้บริการ ด้านความปลอดภัย เนื่องจากจังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่คนนิยมมาท่องเที่ยว ดังนั้น ส่วนใหญ่เป็นสปาจึงเป็นองค์ประกอบหลักหรือเสริมในโรงแรมและรีสอร์ทเพื่อเพิ่มคุณค่าของโรงแรมและรีสอร์ทนั้นที่มีการลงทุนสูง ซึ่งผู้ประกอบการก็พร้อมและยินดีที่จะส่งเสริมบุคลากรและปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานตามที่รัฐบาลจะกำหนด

แต่เนื่องจากความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการรับบริการสปาที่หลากหลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับระยะเวลาการท่องเที่ยวและระดับราคา จึงทำให้ไม่สามารถที่ประเมินมาตรฐานสปาที่มีขนาดและรูปแบบแตกต่างกันโดยใช้มาตรฐานกำหนดเดียวกันได้ จึงควรมีการแบ่งและจัดระดับสปาเช่นเดียวกับโรงแรม เพื่อที่นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการสามารถจำแนกถึงคุณภาพ ต้นทุน ราคาขาย ในการให้บริการได้อย่างถูกต้องและเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวด้วย

ข้อมูลจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวด้านความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อมาตรฐานการให้บริการ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวังต่อมาตรฐานการให้บริการในประเด็นต่างๆ คือ ด้านสถานประกอบการ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปา ผู้ให้บริการ ด้านความปลอดภัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีระดับความพึงพอใจเกินกว่าความคาดหวัง ยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์ในสปาและด้านความปลอดภัย

3.2.5 มุมมองของนักท่องเที่ยวต่อการบริการธุรกิจสปา

นักท่องเที่ยวต่างชาติจะพึงพอใจต่อการให้บริการของผู้ประกอบการสปาในจังหวัดเชียงรายเกินกว่าระดับความคาดหวัง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทย



ระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความคาดหวัง แต่โดยรวมแล้วไม่ได้ต่ำกว่าร้อยละ 80 หากการให้บริการปัจจุบันดำเนินการไปได้ด้วยดีและเนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีอำนาจการซื้อมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ถ้าวัดที่ปริมาณการซื้อ นักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีมากกว่า โดยเน้นแพ็คเกจที่ราคาต่ำกว่า ซึ่งความต้องการที่มีต่อธุรกิจสปา สรุปได้ดังนี้

1. ในการรับบริการนั้น นักท่องเที่ยวต้องการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ และเพื่อการบำบัด โดยอาศัยหลักการตามแบบของไทย เช่น การนวดไทย การใช้วิถีของไทย สมุนไพรไทย ดังนั้น ธุรกิจสปาจึงควรสร้างรูปแบบไทยล้านนา โดยควบคู่ไปกับรูปแบบการบริการสปา ที่ต้องมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกที่ครบครัน มีสภาพแวดล้อมที่ดีและมีบุคลากรที่มีความชำนาญ ซึ่งนักท่องเที่ยวมองว่าเชียงใหม่ขาดสิ่งเหล่านี้

2. นักท่องเที่ยว ตระหนักถึงความปลอดภัยและได้รับการรับรองเรื่องการให้บริการ ดังนั้น แนวทางในการจัดทำ คือ การเข้าร่วมโครงการของสำนักงานสาธารณสุข เรื่องมาตรฐานสถานประกอบการ ความปลอดภัยในเครื่องมือ และอุปกรณ์หรือกระบวนการที่นำมาให้บริการซึ่งทั้งนี้นักท่องเที่ยวมีการเลือกผลิตภัณฑ์และเลือกบริการจากคำแนะนำของพนักงานสปา ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการนำเสนอ โดยยึดหลักจริยธรรมและการคิดค้นกระบวนการใหม่ๆ อยู่เสมอ

3.2.6 ธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ควรมีรูปแบบบริการอย่างไร

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย มีการพิจารณาเลือกบริการสปา โดยพิจารณาเรื่องราคาของรูปแบบให้บริการและต้องการกรรมวิธีที่ใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เพื่อส่งเสริมสุขภาพและเพื่อการบำบัดเป็นลำดับแรก และพิจารณาเรื่องการเดินทางความสะดวกในการคมนาคมและการเข้าถึง และการมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และมีมาตรฐานหรือได้รับการรับรองจากภาครัฐบาล โดยการเลือกรูปแบบการให้บริการพิจารณาจากการนำเสนอรูปแบบหรือมีวิธีการใหม่ด้วยเทคนิคหรือวิธีการให้บริการ ซึ่งรูปแบบนี้ สามารถทำได้ง่ายสำหรับ รูปแบบสปาแบบ Day spa

2. นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีการพิจารณาเลือกสปา โดยพิจารณาจากขนาดของสถานประกอบการ เครื่องมืออุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และได้มาตรฐานหรือได้รับรองจากรัฐบาล โดยมีวัตถุประสงค์การรับบริการสปาเหมือนคนไทย คือ เพื่อส่งเสริมสุขภาพและใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นสมุนไพรและรูปแบบเป็นแบบไทย เช่น การนวดไทย ซึ่งรูปแบบนี้ สามารถเข้าข่ายประเภท Resort/Hotel spa

3.2.7 แนวทางพัฒนารัฐกิจสปาในจังหวัดเชียงราย

ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดเชียงราย ได้ดำเนินงานตามนโยบายส่งเสริมและพัฒนากิจการท่องเที่ยวหลายโครงการ โดยมีโครงการเชียงรายล้านนาสปาซิตี (Chiangrai Lanna Spa City) เพื่อผลักดันให้จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดนำร่องในโครงการนี้ ซึ่งมีแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติที่เข้าร่วมโครงการดังกล่าว 6 แห่ง ได้แก่ 1) น้ำพุร้อนป่าตึง ตำบลป่าตึง 2) น้ำพุร้อนโป่งพระบาท ตำบลบ้านคู 3) น้ำพุร้อนผาเสด็จ ตำบลคอยสาง 4) น้ำพุร้อนห้วยทรายขาว ตำบลทรายขาว 5) น้ำพุร้อนแม่ชะจาน ตำบลแม่เจดีย์ใหม่ และ 6) น้ำพุร้อนห้วยหมากเลี่ยม ตำบลคอยสาง ซึ่งแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติแต่ละแห่งเป็นเซตรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลของแต่ละตำบล ยกเว้น น้ำพุร้อนโป่งพระบาท เป็นเซตรับผิดชอบของเทศบาลตำบลบ้านคู และน้ำพุร้อนห้วยหมากเลี่ยม เป็นเซตรับผิดชอบของอุทยานแห่งชาติลำน้ำกก เนื่องจากโครงการเชียงรายล้านนาสปาซิตี เป็นโครงการใหม่ ดังนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบจึงยังขาดข้อมูล หรือองค์ความรู้ที่มีคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยว ขาดการทำงานเชิงเครือข่าย ขาดความรู้การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ตลอดจนขาดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการท่องเที่ยว

ดังนั้น การที่จะพัฒนาแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสปาที่ได้มาตรฐานจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่หน่วยงานผู้รับผิดชอบจะต้องมีข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงเกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ ตลอดจนคำนึงถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการ สปาจากน้ำแร่ธรรมชาติ ดังนั้น การวิจัยด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยให้ได้องค์ความรู้ที่



มีคุณภาพเพื่อนำไปใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับแนวหน้าที่เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งระดับประเทศและระดับโลก

สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (สทอ.) (อ้างถึงในสุพรรณิการ์ ขวัญเมือง และคณะ, 2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งทางการท่องเที่ยวที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดเฉพาะทาง (Niche Market) และเป็นจุดขายสำคัญของการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay Tourism) อันจะเป็นผลดีต่อการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และยังช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวและประชาชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมซึ่งมีสถานที่พักแรมที่ให้บริการกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในรูปแบบที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังจำเป็นต้องดำเนินการวิจัยออกแบบการผลิต และพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรูปแบบใหม่ๆ ที่น่าสนใจและมีคุณภาพให้มากยิ่งขึ้น และพัฒนาระบบการกำหนดมาตรฐานคุณภาพเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เข้าสู่ระดับมาตรฐานสากลอย่างเพียงพอในการพัฒนาเสริมสร้างประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางแห่งการท่องเที่ยวคุณภาพระดับโลก (World Class Quality Destination) ของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ยั่งยืนได้ในอนาคต

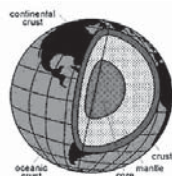
3.3 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสปาจากแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ ในจังหวัดเชียงราย (ศศิธร รุ่งกิจเลิศสกุล และคณะ, 2550)

3.3.1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับน้ำพุร้อน

3.3.1.1 ความหมายของน้ำพุร้อน

น้ำพุร้อนหรือบ่อน้ำร้อน (Hot Spring) คือ แหล่งน้ำที่มีอุณหภูมิสูงกว่าร่างกายมนุษย์ซึ่งไหลขึ้นมาจากใต้ดิน น้ำที่พุขึ้นมาจากใต้ดินมีสภาพตั้งแต่อุ่นๆ จนถึงเดือดพล่านและอาจมีแร่ธาตุรวมทั้งก๊าซละลายอยู่ ทำให้มีรสและกลิ่นต่างกันไป

ปริมาณน้ำที่ไหลออกมาจากแต่ละบ่อต่างกัน น้ำพุร้อนมีทางเดินน้ำใต้ดินใหญ่ทำให้ น้ำสามารถไหลเวียนอย่างรวดเร็วได้ น้ำร้อนที่ไหลขึ้นมา จะไหลไปจากแหล่งหรือ กลายเป็นไอเพื่อปล่อยพลังงานความร้อน เมื่อน้ำร้อนเย็นลงจะไหลกลับสู่ระบบน้ำ ใต้ดิน สิ่งมีชีวิตขนาดเล็กที่อยู่ในน้ำพุร้อนและบริเวณโดยรอบมักจะทำให้บ่อมีสีส้ม หลากหลาย ในประเทศไทยมีแหล่งน้ำพุร้อนอยู่หลายแห่ง เช่น น้ำพุร้อน อำเภอด่าน จังหวัดเชียงใหม่ และน้ำพุร้อนที่ อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย เป็นต้น น้ำพุร้อน ในประเทศไทย อาจเกิดจากความร้อนของหินหนืดใต้เปลือกโลก หรือความร้อน จากการสลายตัวของธาตุกัมมันตรังสี ในน้ำพุร้อนส่วนใหญ่มีส่วนประกอบของแร่ ธาตุและสารละลายเกลือปนอยู่ในจำนวนที่ไม่เป็นปัญหากับสิ่งแวดล้อม คุณภูมิของ น้ำร้อนในแหล่งกักเก็บอยู่ระหว่าง 100 - 200 องศาเซลเซียส



ภาพที่ 3-1 แสดงภาพพลังความร้อนใต้พิภพ

(ที่มา: http://www.e-travelmart.com/club_07.html
(อ้างถึงใน ศศิธรรุ่งกิจเลิศสกุล และคณะ, 2550))

ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่มีน้ำร้อนไหลขึ้นมาจากใต้ดิน แสดงให้เห็น ว่าภายในโลกยังคงมีความร้อนอยู่ ปกติมักเกิดขึ้นจากบริเวณที่เคยมีภูเขาไฟ ระเบิดและดับสนิทแล้วมาก่อน เช่น ในประเทศญี่ปุ่น ทวีปอเมริกาใต้ เป็นต้น

ตารางที่ 3-1 ประเภทน้ำพุร้อนและประโยชน์จากการอาบน้ำพุร้อน

ประเภท	คุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมี	ประโยชน์
น้ำพุร้อนทั่วไป (Simple Springs)	อุณหภูมิสูงกว่า 25 องศาเซลเซียส ประกอบด้วย ธาตุคาร์บอน เกลือและแร่อื่นๆ น้อยกว่า 1 กรัม	รักษาโรคปวดข้ออักเสบและโรคปวดข้อ การอาบน้ำพุร้อนเป็นประจำช่วย ในการฟื้นฟูสมรรถภาพ
น้ำพุร้อนคาร์บอเนต (Carbonate Springs)	ประกอบด้วยธาตุคาร์บอนและแร่อื่นๆ น้อยกว่า 1 กรัม/ลิตร ลักษณะทั่วไปคล้าย กับน้ำพุร้อนทั่วไปแต่มีปริมาณของคาร์บอเนต สูงกว่า อุณหภูมิค่อนข้างต่ำ หรือเป็นน้ำเย็น	รักษาโรคเกี่ยวกับหัวใจ ทำให้การไหลเวียน ของโลกดีขึ้น ช่วยรักษาโรคประสาทและ ความผิดปกติของเพศหญิง
น้ำพุร้อนดินคาร์บอนหนัก (Heavy Carbon Soil Springs)	ธาตุคาร์บอนและแร่อื่นๆ มากกว่า 1 กรัม/ลิตร	รักษาโรคปวดข้อ โรคปวดข้ออักเสบ และ โรคผิดปกติของผิวหนังเรื้อรัง การดื่มน้ำนี้ ช่วยผ่อนคลายปัญหาเกี่ยวกับระบบย่อย อาหารและอาการบวมหรืออักเสบของ กระเพาะอาหาร



ประเภท	คุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมี	ประโยชน์
น้ำพุร้อนเกลือ (Salt Springs)	ประกอบด้วยสารเคมีมากกว่าน้ำพุร้อนทั่วไป คือ มีแร่ธาตุต่างๆ มากกว่า 1 กรัม/ลิตร ในกรณี ที่น้ำประกอบด้วยเกลือระหว่าง 1 - 5 กรัม/ลิตร เรียกว่า น้ำพุเกลืออ่อน (Weak Saline) เกลือ ระหว่าง 5-10 กรัม/ลิตร เรียกว่า น้ำพุเกลือ และ เกลือมากกว่า 10 กรัม/ลิตร เรียกว่า น้ำพุเกลือ เข้มข้น (Strong Salt) และมีคุณสมบัติเก็บรักษา อุณหภูมิและความร้อนได้ดี	เช่นเดียวกับน้ำพุร้อนดินคาร์บอเนต
น้ำพุร้อนเกลือโซเดียม ไฮโดรเจนคาร์บอเนต (Saltine Sodium Hydrogen Carbonate Springs)	น้ำพุเกลือ ที่มีส่วนผสมของโซเดียม ไฮโดรเจนคาร์บอเนต และ Alkaline Base	เช่นเดียวกับน้ำพุร้อนดินคาร์บอเนต

ที่มา : <http://www.east.co.jp/dip-e/ante/onsen/what.html> อ้างอิงใน ศศิธร รุ่งกิจเลิศสกุล และคณะ (2550)

2) การใช้ประโยชน์น้ำพุร้อนด้านนันทนาการและการท่องเที่ยว

การใช้ประโยชน์น้ำพุร้อน ได้แก่ การพัฒนาให้เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ของนักท่องเที่ยว เป็นที่สำหรับการอาบน้ำเพื่อสุขภาพ การทำห้องอบเซาน่าและ อบไอน้ำและการทำสระว่ายน้ำร้อน เป็นต้น หลายคนคงนึกว่าการอาบน้ำพุร้อน หรือที่คนไทยมักเรียกติดปากว่า “การอาบน้ำแร่” เพิ่งมาเริ่มนิยมในช่วง 10 - 20 ปี มานี้ แท้ที่จริงมนุษย์ทั่วไปมีการอาบน้ำพุร้อนมาเป็นเวลายาวนานกว่า 1,000 ปี โดยเชื่อว่าจะทำให้สุขภาพดีขึ้น และยังสามารถรักษาบรรเทาอาการบางอย่างที่เป็น สาเหตุของโรคร้ายต่างๆ ได้ แต่ทั้งนี้ยังไม่มียศหรือหน่วยงานใดระบุอย่างแน่ชัด ว่าการอาบน้ำพุร้อนช่วยรักษาโรคได้ อย่างนักวิชาการทางการแพทย์ท่านหนึ่งก็ ไม่ได้กล่าวถึงการอาบน้ำพุร้อนว่าช่วยรักษาโรค แต่บอกว่า “คุณสมบัติของน้ำแร่ ที่มีอุณหภูมิ 42 องศาเซลเซียส มีความสอดคล้องกับการรักษาทางการแพทย์ที่ เรียกว่า ธาราบำบัด โดยอาศัยหลักการที่ว่า การใช้ น้ำที่มีอุณหภูมิสูงในระดับที่ เหมาะสม จะช่วยเพิ่มการไหลเวียนของโลหิต มีผลต่อการผ่อนคลายความตึงเครียด ของกล้ามเนื้อ เป็นผลให้รู้สึกสบายตัวยิ่งขึ้น เมื่อร่างกายรู้สึกสบายขึ้น และมีความตึงเครียดน้อยลง ย่อมมีผลต่อสภาพจิตใจ อันเป็นการลดความเครียดได้อีก วิธีหนึ่ง ซึ่งห้องอาบน้ำพุร้อนแบ่งออกเป็น 2 แบบใหญ่ ได้แก่ ห้องอาบน้ำร้อนแบบ ปิดและแบบเปิด โดยห้องอาบน้ำร้อนแบบปิด มีลักษณะเป็นห้องส่วนตัวที่มี

อากาศถ่ายเทได้น้อยมาก ส่วนห้องอาบน้ำร้อนแบบเปิด ไม่มีกำแพงล้อมรอบ ทำให้
อากาศไหลถ่ายเทได้สะดวก

การวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากน้ำแร่ธรรมชาติ
ในจังหวัดเชียงราย สามารถสรุปผลการศึกษาของผู้วิจัยได้เป็นประเด็นหลักๆ 3 ส่วน
ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลบริบทชุมชนของแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติใน จังหวัดเชียงราย แบ่งเป็น (ศศิธร รุ่งกิจเลิศสกุล และคณะ, 2550)

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพพื้นฐานทั่วไปของชุมชนท้องถิ่น

1) เทศบาลตำบลบ้านดู่ สภาพทั่วไปที่เป็นจุดเด่น คือ อยู่ใกล้ตัวเมือง และ
สนามบินนานาชาติเชียงราย อีกทั้งเป็นที่ตั้งสถานศึกษา คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เชียงรายและมีหมู่บ้านชนเผ่ามูเซอ 1 หมู่บ้าน

2) องค์การบริหารส่วนตำบลป่าตึง สภาพทั่วไปที่เป็นจุดเด่น คือ มีภูเขา
ตั้งอยู่ 2 ด้าน มีที่ราบลุ่มและมีแม่น้ำจันไหลผ่านระหว่างกลาง เหมาะแก่การทำการ
เกษตรและเป็นตำบลที่มีหมู่บ้านชนเผ่าอยู่มา

3) องค์การบริหารส่วนตำบลทรายขาว สภาพทั่วไปที่เป็นจุดเด่น คือ อยู่
ติดกับถนนทำให้การเดินทางสะดวก

4) องค์การบริหารส่วนตำบลดอยฮาง สภาพทั่วไปที่เป็นจุดเด่น คือ ดิน
ลำนากก สามารถคมนาคมได้ทั้งทางบกและทางน้ำ และมีหมู่บ้านชนเผ่ามากกว่า
ชนพื้นเมือง

5) องค์การบริหารส่วนตำบลแม่เจดีย์ใหม่ สภาพทั่วไปที่เป็นจุดเด่น คือ
เป็นเส้นทางคมนาคมระหว่างเชียงราย-เชียงใหม่ ทำให้สะดวกต่อการท่องเที่ยว

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสภาพพื้นฐานทั่วไปของแหล่งน้ำแร่ ธรรมชาติในจังหวัดเชียงราย

1) บ่อน้ำพุร้อนโป่งพระบาท สภาพทั่วไปที่เป็นจุดเด่น คือ อยู่ใกล้ตัวเมือง
และสนามบินนานาชาติเชียงราย มีบริการห้องอาบน้ำแร่และบริการนวดแผนไทย

2) บ่อน้ำพุร้อนป่าตึง สภาพทั่วไปที่เป็นจุดเด่น คือ น้ำพุร้อนที่มีแรงดัน



พวยพุ่งขึ้นเหนือผิวดิน และกำลังมีการสร้างอาคารอาบน้ำแร่หลังใหม่ และพัฒนาให้เป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมชาติ เพราะได้รับงบประมาณจากรัฐบาล

3) บ่อน้ำพุร้อนห้วยทรายขาว สภาพทั่วไปที่เป็นจุดเด่น คือ อยู่ติดกับถนน ทำให้การเดินทางสะดวก มีบ่อกลางแจ้ง 3 บ่อ คือ บ่อน้ำแร่ร้อน บ่อน้ำแร่อุ่น และบ่อน้ำแร่เย็น สามารถดักขึ้นมาอาบได้

4) บ่อน้ำพุร้อนผาเสด็จ สภาพทั่วไปที่เป็นจุดเด่น คือ ดิถล้าห้วยโป่งน้ำร้อน หมู่บ้านผาเสด็จ มีบริการอาบน้ำแร่ นวดแผนไทย ให้บริการทางเดินที่พักรวม ชีตาง เทียนน้ำตกและหมู่บ้านชาวเขา

5) บ่อน้ำพุร้อนแม่ชะจาน สภาพทั่วไปที่เป็นจุดเด่น คือ เป็นจุดพักรถระหว่างทางจากเชียงใหม่-เชียงใหม่ น้ำแร่ร้อนมีอุณหภูมิสูงถึง 80 องศาเซลเซียส สามารถต้มไข่สุกได้ใน 3 นาที

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของภาคีในการพัฒนาแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสปา แบ่งเป็น (ศศิธร รุ่งกิจเลิศกุล และคณะ, 2550)

2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของชุมชนท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ ในการพัฒนาแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติในจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสปา

ชุมชนท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำแร่ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ บ่อน้ำพุร้อนโป่งพระบาท บ่อน้ำพุร้อนป่าตึง บ่อน้ำพุร้อนห้วยทรายขาว บ่อน้ำพุร้อนผาเสด็จ และบ่อน้ำพุร้อนแม่ชะจาน ซึ่งแบ่งความต้องการของชุมชนท้องถิ่นออกเป็นด้านต่างๆ ต่อไปนี้ 1) ด้านการบริการนักท่องเที่ยว น้ำพุร้อนทุกแห่งต้องการให้มีการสร้างห้องอาบน้ำแร่เพิ่มจากเดิม และพัฒนาของเดิมให้ดีขึ้น ส่วนน้ำพุร้อนโป่งพระบาทต้องการให้มีบริการนวดแก่นักท่องเที่ยว และที่ชุมชนท้องถิ่นอยากให้มีการพัฒนาเป็นรูปแบบสปาครบวงจร คือ น้ำพุร้อนป่าตึง และน้ำพุร้อนผาเสด็จ 2) ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ชุมชนท้องถิ่นของน้ำพุร้อนโป่งพระบาท น้ำพุร้อนป่าตึง และน้ำพุร้อนแม่ชะจาน ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

เพื่อให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น 3) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ชุมชนท้องถิ่นของน้ำพุร้อนทุกแห่งต้องการให้ตกแต่งอาคาร ส่วน ให้สวยงามและกลมกลืนกับธรรมชาติมากที่สุด 4) ด้านบุคลากร ชุมชนท้องถิ่นของน้ำพุร้อนทุกแห่งต้องการให้มีการฝึกอบรมพัฒนาพนักงานให้มีความรู้ความสามารถ เช่น ด้านภาษา โดยเฉพาะที่น้ำพุร้อนผาเสด็จเพราะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติค่อนข้างมาก ส่วนน้ำพุร้อนโป่งพระบาทและน้ำพุร้อนป่าตึงต้องการให้มีการอบรมการนวดแก่ชาวบ้านเพื่อให้ได้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ชุมชนท้องถิ่นของน้ำพุร้อนโป่งพระบาท น้ำพุร้อนป่าตึงและน้ำพุร้อนห้วยทรายขาว ต้องการให้มีการจัดทำป้ายให้ชัดเจน สวยงาม สำหรับที่จอดรถ ชุมชนท้องถิ่นของแหล่งน้ำพุร้อนต้องการให้มีการสร้างเพิ่มให้เพียงพอ และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวช่วงฤดูการท่องเที่ยวได้ ในส่วนของร้านอาหารชุมชนท้องถิ่นต้องการให้มีบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม แต่ควรมีมาตรฐาน ยกเว้นน้ำพุร้อนแม่ชะจานไม่ต้องการให้มีเพิ่ม แต่ต้องการให้จัดระเบียบ 6) ด้านความปลอดภัย ชุมชนท้องถิ่นของแหล่งน้ำพุร้อนโป่งพระบาทและน้ำพุร้อนป่าตึง ต้องการให้มีสายตรวจดูแลความปลอดภัยรอบบริเวณตลอด 24 ชั่วโมง

2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการขององค์การบริหารส่วนตำบลและเทศบาลตำบลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ ในการพัฒนาแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติในจังหวัดเชียงรายให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสปา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมหน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติมีความคิดเห็นตรงกันเกี่ยวกับความร่วมมือกัน 4 ฝ่าย ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการ (สถาบันการศึกษา) องค์การบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาลตำบล และชุมชนท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรเริ่มจากชุมชนท้องถิ่นรับรู้ถึงศักยภาพที่ตนเองมีอยู่และรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของร่วมกัน และกระตือรือร้นที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องได้รับการกระตุ้นจาก อบต. หรือเทศบาลตำบล ซึ่ง อบต. และเทศบาลตำบลควรได้รับความช่วยเหลือจากนักวิชาการโดยเฉพาะนักวิชาการจากสถาบันการศึกษาในชุมชน



ในเรื่องของการศึกษา ลํารวจ การวางแผนการพัฒนา การวางแผนการบริหาร จักรการที่เป็นระบบ รวมถึงการลงพื้นที่ไปให้ข้อมูลแก่ชุมชนท้องถิ่นโดยตรง เพราะ ชาวบ้านส่วนใหญ่จะเชื่อถือคนจากภายนอกหมู่บ้านมากกว่าในหมู่บ้านเดียวกัน ยิ่งเป็นนักวิชาการยิ่งได้รับการยอมรับมากขึ้น ในส่วนของรัฐบาลควรสนับสนุนให้ นักวิชาการทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และควรสนับสนุน งบประมาณพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็น รูปธรรมและต่อเนื่องในทุกๆ พื้นที่ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงความร่วมมือจาก 4 ฝ่าย ดังกล่าวข้างต้น

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการ ใช้บริการสปาจากแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติในจังหวัดเชียงราย

3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี ต่อการใช้บริการสปาจากแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติในจังหวัดเชียงราย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ไปใช้บริการแหล่งน้ำแร่ในจังหวัดเชียงราย เกี่ยวกับบ่อน้ำพุร้อนโป่งพระบาท บ่อน้ำพุร้อนป่าตึง บ่อน้ำพุร้อนห้วยทรายขาว บ่อน้ำพุร้อนผาเสด็จและบ่อน้ำพุร้อน แม่ชะจานซึ่งแบ่งความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยออกเป็นด้านต่างๆ ต่อไปนี้

- 1) ด้านการบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการบ่อน้ำพุร้อนโป่งพระบาท และบ่อน้ำพุร้อนห้วยทรายขาว ต้องการให้มีการนวด อีกทั้งบ่อน้ำพุร้อนห้วย ทรายขาว และบ่อน้ำพุร้อนแม่ชะจาน ต้องการให้มีการให้บริการแบบสปา สำหรับ ที่บ่อน้ำพุร้อนแม่ชะจาน นักท่องเที่ยวยังต้องการให้มีที่พักบริการ แต่ที่บ่อน้ำพุร้อน ผาเสด็จ นักท่องเที่ยวพอใจกับบริการที่มีอยู่แต่อยากให้มีการพัฒนา และเพิ่มสิ่ง อำนวยความสะดวก เช่น นาฬิกาบอกเวลา สบู่ที่ใช้แล้วทิ้ง เป็นต้น
- 2) ด้านการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการบ่อน้ำพุร้อนโป่งพระบาท บ่อน้ำพุร้อนห้วยทรายขาวและบ่อน้ำพุร้อนแม่ชะจานต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ และควรมีหน่วยบริการที่ให้ข้อมูลการท่องเที่ยว
- 3) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้มีการปรับปรุง

สถานที่ให้สะอาด สวยงาม มีที่พักผ่อนอย่างเพียงพอ 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเกี่ยวกับความสะดวกสบายของสถานที่ ที่จอดรถเพียงพอ และเป็นระเบียบ บ้ายบอทาง บอกสถานที่ที่ชัดเจน และนอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่ไปใช้บริการน้ำพุร้อนโป่งพระบาท ต้องการให้มีร้านขายอาหาร ส่วนร้านขายของที่ระลึกและสินค้า OTOP นักท่องเที่ยวที่ไปใช้บริการน้ำพุร้อนห้วยทรายขาว ก็ต้องการให้มีเช่นกันแต่น้ำพุร้อนแม่ชะจานนักท่องเที่ยวไม่ต้องการให้มีร้านอาหารร้านขายของที่ระลึกเพิ่ม แต่ต้องการให้จัดให้เป็นระเบียบ

3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการสปาจากแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติในจังหวัดเชียงราย แบ่งเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย ร้อยละ 56.8 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 43.3 ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 20 - 29 ปี ร้อยละ 46.0 รองลงมาคืออายุในช่วง 30 - 39 ปี ร้อยละ 21.0 และส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 43.0 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับปริญญาโท ร้อยละ 25.8 ในส่วนของอาชีพผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 29.5 รองลงมาเป็นอาชีพอื่นๆ ร้อยละ 27.8 ซึ่งได้แก่ ผู้ที่เกษียณแล้ว นักลงทุนช่างภาพอิสระและไม่ได้ทำงานและเมื่อพิจารณาแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมากที่สุด ร้อยละ 49.0 รองลงมา มาจากทวีปเอเชีย ร้อยละ 32.8 และมาจากทวีปอื่นๆ ร้อยละ 18.3

ตอนที่ 2 ลักษณะของแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติที่ให้บริการด้านสปา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนในประเทศไทย ร้อยละ 68.3 ผู้ที่เคยเที่ยวมาก่อน มีร้อยละ 31.8 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่เคยท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนมาก่อนนั้นส่วนใหญ่ท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนในจังหวัดเชียงราย เป็นครั้งแรก ร้อยละ 41.7



สถานที่ในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวสนใจมากที่สุด คือ แม่สาย ร้อยละ 32.1 รองลงมา คือ สามเหลี่ยมทองคำ ร้อยละ 24.5 และอันดับสาม คือ หมู่บ้านชาวเขา ร้อยละ 20.5 โดยมีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อนหรือสปา เพียงร้อยละ 7.6 และสถานที่ประเภทน้ำพุร้อนในจังหวัดเชียงรายที่นักท่องเที่ยวเคยไปมากที่สุด ได้แก่ บ่อน้ำพุร้อนผาเสด็จ ร้อยละ 33.3 รองลงมา คือ บ่อน้ำพุร้อนโป่งพระบาท ร้อยละ 25.4

ในด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวน้ำพุร้อนมาก่อนนั้น ส่วนใหญ่เห็นว่าราคาของแหล่งบริการสปามีความเหมาะสม ร้อยละ 65.4 ผู้ที่เห็นว่าราคาสูงเกินไป ร้อยละ 21.3 โดยจะใช้จ่ายในการใช้บริการสปาในช่วงราคา 301-500 บาทมากที่สุด คือ ร้อยละ 48.0 ผู้ที่ใช้จ่ายในระดับราคาไม่เกิน 300 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.8

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักจะไปใช้บริการกับเพื่อนมากที่สุด คือ ร้อยละ 51.3 รองลงมา คือ การใช้บริการร่วมกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 22.4 และในการไปรับบริการด้านสปานั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักจะไปใช้บริการเพื่อผ่อนคลายมากที่สุด ร้อยละ 54.8 รองลงมา คือ การใช้บริการเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 21.5

เมื่อพิจารณาปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบเมื่อไปใช้บริการมากที่สุด คือ ปัญหาสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสม ร้อยละ 28.2 รองลงมา คือ การเดินทางไม่สะดวก ร้อยละ 22.6

ตอนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการใช้บริการสปาจากแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติในจังหวัดเชียงราย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า แนวทางในการพัฒนาแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติด้านการบริการนั้น สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด ได้แก่ การบริการนวด การบริการที่พัก/ห้องพัก การบริการอ่างอาบน้ำวนแบบรวมแยกชาย-หญิง การบริการอ่างอาบน้ำวนส่วนตัวและการบริการอ่างอาบน้ำวนแบบส่วนตัว ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด ได้แก่ จัดรวมอยู่ในโปรแกรมทัวร์ของบริษัทนำเที่ยวซึ่งจัดจำหน่ายผ่านทางเว็บไซต์

จากการศึกษาพบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการในการพัฒนาแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีความต้องการในระดับมากที่สุด ได้แก่ ลดราคา ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ในด้านการตกแต่งและสภาพแวดล้อมมีความต้องการในระดับมากที่สุด ได้แก่ การจัดตกแต่งอาคาร/สถานที่แบบกลมกลืนธรรมชาติ การจัดตกแต่งอาคาร/สถานที่แบบล้านนา และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านบุคลากรในระดับมากที่สุด คือ พนักงานมีความรู้ความสามารถ มีความสุภาพอ่อนโยน มีความเข้าใจลูกค้า มีความสามารถโต้ตอบได้ดีและมีการติดต่อสื่อสารที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยในภาพรวมของความต้องการการพัฒนาแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ ด้านบุคลากร ในระดับมากที่สุด อีกทั้งกระบวนการบริหารจัดการที่เป็นระบบเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการพัฒนา

สำหรับแนวทางในการพัฒนาแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด ได้แก่ การจัดให้มีห้องน้ำ/ห้องอาบน้ำที่สะอาดและเพียงพอ การจัดให้มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน การจัดให้มีร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม และการจัดให้มีบริการตู้เก็บของและที่สำคัญนักท่องเที่ยวยังต้องการการพัฒนาแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ ด้านความปลอดภัยในระดับมากที่สุด คือ การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยรอบบริเวณ การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลบริเวณอ่างอาบน้ำรวม การจัดให้มีเจ้าหน้าที่ดูแลบริเวณที่จอดรถ

โดยสรุปในภาพรวมแล้ว ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาแหล่งน้ำแร่ธรรมชาติในทุกด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการในระดับมากที่สุด ด้านคุณสมบัติของบุคลากร ด้านการบริหารจัดการ ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ด้านความปลอดภัยและด้านการตกแต่งและสภาพแวดล้อม

3.4 ศักยภาพผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดเชียงราย

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีความโดดเด่นทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น ความสะดวกสบายทางสภาพภูมิศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน ความโดดเด่นทางด้านภาษา วัฒนธรรมและประเพณี



ประวัติศาสตร์ที่ยาวนานของโบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม สามารถตอบสนองทั้ง 3 ยุทธศาสตร์ คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และการพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการได้แต่ยังขาดความชัดเจนในการพัฒนาว่าจะพัฒนาไปในทิศทางใด

ทิศทางการพัฒนาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญอีกทิศทางหนึ่งนอกเหนือจากธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจร้านอาหาร หัตถกรรมพื้นบ้าน และสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งควรได้รับการพัฒนาศักยภาพและความพร้อม คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โดยปัจจุบันจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความนิยมและเกิดธุรกิจและกิจกรรมบริการชนิดนี้ขึ้นอย่างมากมาย เช่น การบริการตรวจเช็คร่างกาย การบริการทันตกรรม การนวดแผนโบราณ การบริการสปา การอาบน้ำแร่ธรรมชาติ รวมถึง การนวดแผนไทย ซึ่งสอดคล้องกับที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีนโยบายเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการรักษาสภาพแห่งเอเชีย (Thailand Medical Hub of Asia) และศูนย์การท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการจังหวัดเชียงรายจัดทำโครงการเชียงรายล้านนาสปาซิตี (Chiangrai Lanna Spa City) เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) สามารถแบ่งออกได้ตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวได้ 2 ประเภทหลัก ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกวิธีในที่พักผ่อน เช่น การนวดแผนไทย การอบและประคบสมุนไพร การใช้วิธีสูดกลิ่นบำบัด (Aroma Therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน (Spa) การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกสมาธิตามแนวพุทธศาสนา เป็นต้น ซึ่งนับเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไปในตัว

2) การท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ ตรวจร่างกายและรักษาโรค ทำฟันและรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งประโยชน์ต่อการรักษา ฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

การวิจัยเรื่อง “ศักยภาพผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดเชียงราย” ของ ศุภสิน สุริยะ และคณะ (2549) มุ่งหวังในการศึกษาถึงมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการเชิงสุขภาพที่มีการให้บริการในจังหวัดเชียงราย ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. จังหวัดเชียงราย มีสถานประกอบการที่ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 3 แห่ง คือ โรงพยาบาลแม่ลาว โรงพยาบาลพญาเม็งราย และวิทยาลัยการแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
2. สถานประกอบการในจังหวัดเชียงราย ยังไม่มีความพร้อมในการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้
3. ผู้รับบริการมีความต้องการด้านคุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษาคูณภาพในการให้บริการ ศิลปวัฒนธรรม การรักษาคูณภาพสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการและลักษณะทางกายภาพในระดับมาก
4. ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อคุณภาพในการให้บริการ ลักษณะทางกายภาพ คุณค่าทางการเรียนรู้และการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม การรักษาคูณภาพสิ่งแวดล้อมและการบริหารจัดการระดับมาก

จากผลการวิจัย จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าจังหวัดเชียงราย ยังไม่สามารถเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ในปัจจุบัน หรือภายในระยะเวลาอันใกล้นี้ ทั้งนี้เนื่องจากยังขาดความพร้อมของสถานประกอบการและการสนับสนุนอย่างจริงจัง



จากภาครัฐ อย่างไรก็ตาม หากต้องการให้เชียงรายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จ คือ การดำเนินงานของภาครัฐ ที่เปรียบเสมือน ฟันเฟืองใหญ่ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ โดยรัฐบาลและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง จะต้องร่วมกันกำหนดนโยบาย มาตรการและแผนปฏิบัติการ ดำเนินการ ในเชิงบูรณาการ ให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมในภาคการปฏิบัติจริง และจะต้อง จัดสรรงบประมาณให้พอเพียงสำหรับการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและเป็นไปใน ทิศทางเดียวกัน รวมถึงการสนับสนุนและประชาสัมพันธ์ให้การท่องเที่ยวเชิง สุขภาพเป็นที่รู้จักและมีมาตรฐานตลอดจนคุณภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลถึงรายได้และความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศต่อไป

3.5 ศักยภาพและความพร้อมของการนวดแผนไทย จังหวัดเชียงราย

(ยุพิน หนีใจเจริญ และคณะ, 2550)

ธุรกิจการนวดแผนไทย กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวพักผ่อนที่ให้ความ สำคัญต่อการดูแลสุขภาพตนเอง ประกอบกับวิถีภูมิปัญญาของชาวเชียงรายที่ อาศัยธรรมชาติในการบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยเล็กๆ น้อยๆ ด้วยความรู้ทางการ แพทย์พื้นบ้านที่สืบทอดมาจากรบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่น จนกลายเป็นธุรกิจขนาดเล็ก ในครอบครัว

3.5.1 ประวัติความเป็นมาของการนวดแผนไทย

การนวดแผนไทยกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากทั้งจากคนไทยและชาวต่างชาติ ทั้งนี้การนวดแผนไทยนอกจากจะเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดมาจากรบรรพบุรุษของไทย แล้วยังมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจอย่างยิ่ง การนวดแผนไทยหรือแผนโบราณ เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่มีมาแต่โบราณกาล เกิดขึ้นจากสัญชาตญาณเบื้องต้นของ การอยู่รอด คือ เมื่อมีอาการปวดเมื่อยหรือเจ็บป่วยของตนเองหรือผู้ใกล้ชิด มักมี การลูบไล้บิบนวดบริเวณดังกล่าว ทำให้อาการปวดเมื่อยคลายลง แรกๆ เป็นไป โดยมิได้ตั้งใจ ต่อมาเริ่มสังเกตเห็นผลของการบิบนวดบริเวณดังกล่าว ทำให้อาการ ปวดเมื่อยคลายลง หรือสังเกตเห็นผลของการบิบนวดในบางจุด จึงเก็บไว้เป็น

ประสบการณ์และกลายเป็นความรู้ที่สืบทอดกันต่อๆ มาจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง ความรู้ที่ได้จึงสะสมจากลักษณะต่างๆ ไปสู่ความสลับซับซ้อนยิ่งขึ้น จนกระทั่งสามารถสร้างเป็นทฤษฎีการนวด กลายเป็นศาสตร์แขนงหนึ่งที่มีบทบาทบำบัดรักษาอาการโรคภัยบางอย่างได้

ความเป็นมาของการนวดมีมาตั้งแต่สมัยพุทธกาลแล้ว กล่าวคือ การนวดมีต้นกำเนิดอยู่ ณ ประเทศอินเดีย โดยท่านบรมครูชีวกโกมารภัจจ์ ซึ่งเป็นทั้งหมอยา หมอรักษาและหมอนวดประจำตัวขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้า ตามตำนานกล่าวกันว่า หมอชีวกฯ ได้รับการถ่ายทอดวิชาการนวดจากพระฤๅษีที่เป็นบรมครูนวดชื่อพระฤๅษีสมีทธิอีกทีหนึ่ง จนเมื่อพระพุทธศาสนามีความเจริญรุ่งเรืองและแผ่อิทธิพลเข้าสู่ประเทศจีน แล้วเข้ามายังเมืองไทยโดยการนำของพระสงฆ์ หลักฐานการนวดที่เก่าแก่ที่สุด คือ ศิลาจารึกที่ขุดพบที่ป่ามะม่วงในสมัยพ่อขุนรามคำแหง ต่อมาสมัยกรุงศรีอยุธยา ในรัชสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช การแพทย์แผนไทย มีความรู้เรื่องมาก โดยเฉพาะการนวดแผนไทย ดังปรากฏในทำเนียบศักดินาข้าราชการฝ่ายทหารและพลเรือน ที่ตราขึ้นในปี พ.ศ.1998 ซึ่งโปรดให้แต่งตั้งกรมหมอนวด ให้บรรดาศักดิ์เป็นปลัดฝ่ายขวา มีศักดินา 300 ไร่ ฝ่ายซ้ายมีศักดินา 400 ไร่ หลักฐานจากจดหมายเหตุราชทูต ลาลูแบร์ ประเทศฝรั่งเศสในบันทึกเรื่องหมอนวดในแผ่นดินสยาม มีความว่า “ในกรุงสยามนั้น ถ้ามีใครป่วยไข้ลงก็จะเริ่มทำเส้นสายยืด โดยผู้ชำนาญทางนี้ขึ้นไปบนร่างกายคนไข้แล้วใช้เท้าเหยียบ”

ในสมัยรัตนโกสินทร์การแพทย์แผนไทยได้สืบทอดมาจากสมัยอยุธยา แต่เอกสารและวิชาความรู้บางส่วนได้สูญหายไปในภาวะสงคราม ทั้งยังถูกจับเป็นเชลยส่วนหนึ่ง เหลือหมอยาอยู่ตามหัวเมืองเป็นจำนวนมาก พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงโปรดให้ระดมปั้นรูปฤๅษีคัตตน 80 ท่า และจารึกสรรพวิชาการนวดไทย ลงบนแผ่นหินอ่อน 60 ภาพ แสดงถึงจุดนวดอย่างละเอียด ประดับบนผนังศาลารายและบนเสาดภายในวัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ต่อมาใน พ.ศ.2397 พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว กรมหมอนวดยังคงมีอยู่เช่นเดียวกับในสมัยอยุธยา และทรงโปรดให้หมอยา หมอนวด ถวายการรักษาความเจ็บป่วยยามทรงพระประชวร เสด็จประพาสแห่งใดก็ต้องมีหมอนวดเข้าถวายงานทุกครั้ง



3.5.2 ทฤษฎีการนวดแผนไทย

ทฤษฎีการแพทย์แผนไทยเกี่ยวกับเบญจขันธ์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบแห่งชีวิต ไว้ว่า เบญจขันธ์ หรือ ขันธ์ 5 เป็นองค์ประกอบแห่งชีวิต มี 5 หมวด ได้แก่ รูป เวทนา สัญญา สังขารและวิญญาณ ทั้งหมดนี้ประกอบกันเป็นมนุษย์คนหนึ่ง ซึ่งในแต่ละหมวดจะมีองค์ประกอบย่อยอีกมากมาย ซึ่งองค์ประกอบย่อยเหล่านี้เองที่เป็นสาเหตุแห่งการเกิดโรค ถ้าองค์ประกอบใดขององค์ประกอบหนึ่งบกพร่อง หรือเสื่อมสภาพจะทำให้เจ้าของร่างกายเกิดอาการเจ็บป่วย ดังนั้น ผู้ที่จะเป็นแพทย์แผนไทยได้นั้นจะต้องมีความรู้เรื่องของเบญจขันธ์เป็นอย่างดี สามารถวินิจฉัยโรคได้ สามารถรู้สาเหตุของข้อบกพร่องของร่างกายหรือสาเหตุของโรคได้ ซึ่งการรักษาอาการเจ็บป่วยด้วยการนวดแผนไทยก็เช่นกัน หมอนวดจะต้องวินิจฉัยเกี่ยวกับสาเหตุอาการของการเจ็บป่วยและสามารถนวดรักษาให้ถูกจุดและถูกต้องได้ เพื่อให้ผู้ป่วยหายจากอาการเจ็บป่วยหรือบรรเทาอาการเจ็บป่วยนั้นๆ ได้

มูลนิธิสาธารณสุขกับการพัฒนา ได้แบ่งท่านวดในท่าหลักไว้ดังนี้

- 1) การนวดในท่านอนตะแคง
- 2) การนวดในท่านอนคว่ำ
- 3) การยืดเส้นในท่านอนหงาย
- 4) การนวดในท่านั่ง

จากท่านวดต่างๆ ดังกล่าวมานี้ ผู้นวดจะต้องมีความรู้ในเรื่องท่านวดอย่างแตกฉาน โดยลักษณะการนวดในแต่ละท่าผู้นวดจะต้องอยู่ในท่าหรือลักษณะการนวดให้เหมาะกับท่านวดนั้นๆ เพื่อป้องกันผู้นวดไม่ให้เกิดอาการเจ็บปวดขณะท่านวด การนวดในท่านอนตะแคงนั้นเหมาะสำหรับนวดข้อด้านใน การนวดท่านอนคว่ำ เหมาะสำหรับการนวดฝ่าเท้า น่อง ขาด้านหลังและนวดหลัง ส่วนการนวดในท่านั่งนั้น เหมาะสำหรับการนวดไหล่ แขนหลัง สะบักและการนวดหัว

มูลนิธิสาธารณสุขกับการพัฒนา ได้เขียนหนังสือ ตำราการนวดไทย กล่าวถึงการนวดไทยบำบัดและบอกถึงลักษณะการนวดเพื่อบำบัดไว้ ดังนี้



การนวดแก้ปวดขา เช่น การนวดแก้ปวดหลัง การนวดแก้ปวดแขน ไหล่ การนวดแก้ปวดคอ คีรษะ การนวดแก้เป็นลม การนวดแก้ตกหมอน การนวดแก้สะบ้าจม การนวดแก้จุกเสียด การนวดแก้ท้องผูก การนวดแก้ปวดประจำเดือน การนวดแก้ตะคริว และการนวดแก้ข้อเท้าแพลง ลักษณะการนวดดังกล่าวนี้ เป็นการนวดเพื่อรักษาหรือฟื้นฟูข้อบกพร่องของอวัยวะส่วนต่างๆ ของร่างกาย ซึ่งสามารถใช้การนวดบำบัดรักษา และฟื้นฟูให้อวัยวะส่วนต่างๆ หายเป็นปกติได้ และยังเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาการนวดแผนไทยที่บรรพบุรุษของไทยได้สั่งสม และสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันและเป็นที่รู้จักไปแล้วทั่วโลกในปัจจุบัน (มานพ ประภาษานนท์, 2543) กล่าวถึงการนวดไทยว่า มี 2 แบบ คือ

1) การนวดแบบราชสำนัก กลุ่มเป้าหมายของการนวดนี้ คือ เจ้านายชั้นผู้ใหญ่ ผู้มีศถาบรรดาศักดิ์ที่อยู่ในรั้วในวัง เป็นต้น ฉะนั้นการนวดจึงจำเป็นต้องมีความสุภาพเรียบร้อย มีมารยาทดี มีความเคารพ มีความอ่อนน้อมถ่อมตน ฉะนั้นการนวดจึงถูกออกแบบให้มีความสุภาพ นั่นคือ จะใช้เพียงนิ้วมือและมือเท่านั้นในการนวดสัมผัสกับผู้ถูกนวด จะไม่ใช่ศอก เช่น เท้า และก็ต้องเลือกผู้ที่จะมาเรียนการนวดแบบนี้อย่างพิถีพิถัน ต้องดูความตั้งใจจริง ต้องดูรูปร่างว่าเหมาะสมจะเป็นหมอนวดหรือไม่ คุณนิสสัยใจคอว่าเป็นอย่างไร การเรียนการสอนเป็นแบบเข้มข้น มีการเรียนทฤษฎีทางด้านโครงสร้างของร่างกาย การนวดด้วยแรงเท่าใด ตำแหน่งไหน เวลาเท่าใด พร้อมทั้งสอนเรื่องจรรยาบรรณไปด้วย มีทั้งการสาธิตภาคปฏิบัติ และภาคทฤษฎี อย่างจริงจังอาจใช้เวลาเรียนนาน 3 - 5 ปี จนกว่าครูผู้สอนจะพอใจในฝีมือ จึงจะยอมให้ออกไปเป็นหมอนวดได้

2) การนวดแบบเชลยศักดิ์การนวดแบบนี้เรียกว่าเป็นการนวดแบบทั่วไปก็ได้ เพราะกลุ่มเป้าหมาย คือ ชาวบ้านทั่วไป ไม่ได้มียศศักดิ์อะไร ฉะนั้น แนวทางการนวดค่อนข้างเป็นกันเอง ไม่ต้องมีความสุภาพมากมายอะไรนัก สามารถใช้ทั้งมือ เท้า ศอก เช่น ได้ตามสบาย มีทั้งการตด การตึง การถูบ ใช้เทคนิคต่างๆ ได้อย่างครบถ้วน และมีความใกล้ชิดกับผู้ถูกนวดมากกว่า การเรียนการสอนก็จะไม่เคร่งครัดมากนัก มักจะเป็นการเรียนแบบตัวต่อตัว เน้นที่ภาคปฏิบัติมากกว่า ใครอยากเรียน



ก็สมัครเรียนได้ ไม่ต้องคัดเลือกถูกศิษย์มากนัก ระยะเวลาเรียนก็แล้วแต่ตกลงกับอาจารย์ เรียนจนอาจารย์พิจารณาว่าใช้ได้แล้วก็ถือว่าจบออกไปเป็นหมอนวดได้ การเรียนการสอนแบบนี้มีอยู่ที่วัดโพธิ์ วัดสามพระยาและวัดปรินายก เป็นต้น

ปัจจุบันในสถานบริการนวดแผนไทยส่วนใหญ่จะใช้นวดทั้งสองแบบผสมกันเพื่อให้ผู้ถูกนวดได้รับความสบายและช่วยให้การนวดได้ผลยิ่งขึ้น

ประโยชน์ บุญสินสุข (2525) กล่าวไว้ในหนังสือ คู่มือการนวดว่า การเตรียมเพื่อการนวด จะต้องเตรียมสิ่งต่างๆ ดังนี้

1) สถานที่และอุปกรณ์ ประกอบด้วยห้องนวดที่ควรมีพัดหรือมีม่านปิดให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก เตียงที่ใช้บนนวดต้องแข็งแรง และสูงพอเหมาะ เบาะที่ปูเตียงต้องแน่น หมอนที่ใช้หนุนต้องนุ่มไม่หนาเกินไป มีผ้าสะอาด 1 ผืน คลุมผู้ถูกนวด เวลานวด เก้าอี้สูงพอเหมาะสำหรับผู้นวดหนึ่งในการนวดบางท่า อาจมีสายวัดวัดเส้นรอบขาเพื่อความถี่ของกล้ามเนื้อ นอกจากนี้ ต้องมีแป้ง หรือน้ำมัน หรือยาที่เป็นครีมเพื่อให้ลื่นมือเวลานวด กรณีส่วนที่ถูกนวดเย็น อาจจะทำให้ความร้อนก่อนโดยใช้กระเป๋าน้ำร้อน หรือลูกประคบ อาจใช้น้ำแข็งประคบหรือสารเคมีฉีดยาให้เกิดความร้อน ใช้ในกรณีข้อเคล็ด หรือเท้าแพลง

2) ผู้นวด ต้องแต่งกายสะอาดเรียบร้อย รวบผมสะอาดไม่รุงรัง เล็บควรเป็นแซนสั้น เพื่อสะดวกในการทำงาน ไม่รัดรูปจนเกินไป กางเกงที่ใส่ต้องไม่คับ เพื่อให้ก้าวไปมาได้สะดวก รองเท้าไม่ควรใช้ส้นสูง ควรใส่รองเท้าที่มีสายรัดหรือรองเท้าผ้าใบที่มีส้นเล็กน้อย ผู้นวดต้องมีสุขภาพดี ร่างกายแข็งแรง มีกำลังพอสมควร มือผู้นวดต้องหนาและนิ้วควรยาวพอสมควร มือต้องสะอาด ตัดเล็บสั้น ไม่ใส่แหวน ไม่ควรทาเล็บ ระวังอย่าให้มือเป็นแผล เพราะอาจเกิดการติดเชื้อได้

3) ผู้ถูกนวด ควรแต่งกายตามความเหมาะสม เล็บผ้าต้องสะอาด ไม่รัดตัวจนเกินไปโดยสามารถนอนได้อย่างสบาย ส่วนที่จะนวดต้องเปิดออก ในกรณีนวดแผนปัจจุบัน และมีผ้าปิดส่วนอื่นไว้ ส่วนที่จะนวดต้องสะอาด อาจเช็ดตัวและฟอกสบู่เสียก่อน หลังจากนวดแล้ว ถ้าใส่แป้งหรือน้ำมันต้องเช็ดออก

4) มารยาทในการนวด ไม่ควรอยู่ต่อสองต่อสองกับผู้ป่วยต่างเพศกัน ผู้หญิงนวดผู้ป่วยชายต้องระมัดระวังอย่าใส่กลอนประตู ผู้นวดห้ามขึ้นไปนั่งหรือยืนบนเตียงผู้ป่วย นอกจากการนวด ไม่ควรพูดจาให้ผู้ป่วยเคอะเขิน ไม่โอ้อวดตนเอง สามารถอธิบายให้ผู้ป่วยเข้าใจความรู้สึกและผลของการนวดได้

5) ข้อบ่งชี้ในการนวดอาการบวม (ที่ไม่ได้เกิดจากการอักเสบ) มี 2 ชนิด คือ

ก. บวม น้ำ เกิดจากการคั่งของเลือดและน้ำ

ข. บวม เนื่องจากการอุดตันของท่อน้ำเหลือง

นอกจากนี้ยังสามารถนวดกล้ามเนื้อ แขน ขา ขา ขับเสริมหะโดยการปรับภาวะที่เกิดแผลเป็นที่ผิวหนัง ในกล้ามเนื้อ ข้อติด เนื่องจากไม่ได้ใช้งาน หรือฉีกขาด นวดเยื่อหุ้มข้อและกล้ามเนื้อที่อยู่โดยรอบ เป็นตะคริว กรณีที่มีความเจ็บปวด (นวดเบาๆ หรือลูบไล้) ห้ามกดหรือบีบข้อแพลงที่เจ็บปวด การฉีกขาดของกล้ามเนื้อเอ็นพังผืดจากการใช้งานมากเกินไป ทำให้ปวดแต่ยังไม่ถึงกับฉีกขาด การนวด เพื่อการขับถ่าย เช่น เด็กๆ ถ้านวดบริเวณกระเพาะปัสสาวะเบาๆ จะทำให้เด็กขับปัสสาวะออกมาได้ นวดตามจุดต่างๆ ที่ให้ฝังเข็มหรือในตำรานวดแผนโบราณเพื่อแก้อาการต่างๆ

6) ข้อห้ามในการนวด คือ ห้ามนวดบริเวณบาดแผล บริเวณที่เป็นมะเร็ง บริเวณที่เกิดฝีฝีเพราะเนื้อตายจากเส้นเลือดอุดตันหรือเลือดไปเลี้ยงน้อย เส้นเลือดอักเสบ โรคผิวหนัง เพราะทำให้เชื้อแพร่ออกไป เกิดอักเสบอย่างเฉียบพลัน เพราะการนวด ขณะมีไข้ ครั่นเนื้อครั่นตัว กระตุกหัก ข้อเลื่อน ภาวะเลือดออก น้ำร้อน ลวก ไฟไหม้ พอง ฝี ผู้ป่วยเบาหวาน ห้ามใช้การนวดที่รุนแรงเพราะอาจทำให้เกิดการซ้ำ ผู้ป่วยโรคหัวใจต้องระมัดระวังเพราะการนวดจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการไหลเวียนของเลือด อาจทำให้หัวใจเต้นเร็วขึ้นได้ ผู้ป่วยวัณโรคระยะแพร่กระจาย โรคติดต่อทุกชนิด และโรคอักเสบในระยะที่มีไข้

จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบทั้ง 6 อย่างข้างต้น เป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ที่จะต้องใช้ประกอบการนวดแผนไทย ซึ่งผู้นวดจะต้องศึกษาและเรียนรู้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะข้อบ่งชี้ในการนวด และข้อห้ามในการนวด ผู้นวดจะต้องจดจำให้ขึ้นใจ



เพื่อเป็นการป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายต่อผู้ถูกนวดขณะที่มีการนวด ถ้าผู้นวดไม่มีความรู้เรื่องการนวดแต่ยังนวดให้กับผู้ป่วยอาจทำให้ผู้ป่วยมีอาการแย่ลงกว่าเดิมอีก หรือผู้ป่วยที่เจ็บป่วยไม่มากนักแต่กลับต้องมีอาการเจ็บป่วยมากยิ่งขึ้นหลังจากการนวด นอกจากอาการเจ็บป่วยจะแย่ลงแล้วยังจะทำให้ชื่อเสียงของหมอนวดเสื่อมลงและส่งผลกระทบต่อภาพพจน์ของการนวดแผนไทยอีกด้วย

3.5.3 ลักษณะทั่วไปของการประกอบธุรกิจนวดแผนไทย

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2547) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจการนวดแผนไทย ได้แก่ ศักยภาพและคุณสมบัติของผู้ประกอบการ การส่งเสริมการตลาด การบริหารงานธุรกิจนวดแผนไทย ขั้นตอนการให้บริการลูกค้า การจัดห้องนวด อุปกรณ์หลักที่ใช้ การจัดจ้างพนักงาน สถานที่ขอรับการอบรมเพิ่มเติม โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

3.5.3.1 ศักยภาพและคุณสมบัติของผู้ประกอบการ

- มีใจรักในการให้บริการ
- มีศีลธรรมและมีสัมมาอาชีวะ
- มีพื้นฐานความรู้ด้านการนวดแผนไทย
- มีทำเลที่เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจ

3.5.3.2 การส่งเสริมการตลาด

ผู้ประกอบการสามารถจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดสำหรับการดำเนินธุรกิจนวดแผนไทยได้หลายวิธี เช่น

- การติดต่อบริษัททัวร์ บริษัทท่องเที่ยวหรือโกสต์ เพื่อให้แนะนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาใช้บริการ
- การรับสมัครสมาชิก โดยไม่เก็บค่าสมาชิกหรือเก็บในอัตราต่ำพร้อมให้สิทธิประโยชน์แก่สมาชิก เช่น ส่วนลดแถมการให้บริการ การสะสมแต้มเพื่อแลกสินค้า
- การจัดกิจกรรมประจำปีหรือตามเทศกาลต่าง ๆ

- การลงโฆษณาในนิตยสารแนวสุขภาพหรือชีวิต เป็นต้น
- การลงโฆษณาในอินเทอร์เน็ต
- การแจกใบปลิวเพื่อแนะนำร้านและบริการในย่านที่ร้านตั้งอยู่

3.5.3.3 การบริหารงานธุรกิจขนาดย่อมไทย

การบริหารงานธุรกิจขนาดย่อมไทยแบ่งได้เป็น 3 ด้าน คือ การบริการภาพพจน์ภายนอกการบริหารจัดการภายในและการบริหารลูกค้า ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การบริการภาพพจน์ภายนอก โดยธรรมชาติธุรกิจบริการมีส่วนที่จับต้องไม่ได้ ลูกค้าจะซื้อบริการต่อเมื่อลูกค้าเชื่อว่าจะได้ในสิ่งที่ต้องการ ผู้ประกอบการจะต้องบริหารภาพพจน์ภายนอกของร้าน โดยสื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นในการบริการ เช่น การตกแต่งร้านที่ดูสะอาด สบายตา สีสันไม่ฉูดฉาดเกินไป ประกาศนียบัตรรับรองการอบรมของพนักงานทุกคน ต้องติดไว้ให้ลูกค้ามองเห็นเด่นชัด พนักงานทุกคนแต่งกายเรียบร้อย พูดจาไพเราะ ติดป้ายบอกอัตราค่าบริการชัดเจน มีระบบรักษาความสะอาดของร้านและอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ผ้าปูที่นอน ผ้าเช็ดหน้า ฯลฯ

2) การบริหารจัดการภายใน การบริหารจัดการภายในร้านเป็นเรื่องสำคัญไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ โดยปกติถ้าเป็นร้านขนาดเล็ก ผู้ประกอบการจะทำหน้าที่หลายอย่าง คือ เป็นทั้งผู้จัดการร้าน ดูแลด้านการเงิน จัดหาพนักงาน นวด และจัดซื้ออุปกรณ์ต่างๆ หากร้านขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการอาจจ้างตำแหน่งงานเพิ่ม ดังนี้

- ผู้จัดการร้าน เพื่อทำหน้าที่บริหารงานบริการ จัดนโยบายการตลาด งานบริหารบุคคล
- สมุห์บัญชี เพื่อรับผิดชอบการควบคุมบัญชีทรัพย์สิน รายรับ-รายจ่าย บริหารเงินทุนหมุนเวียน
- พนักงานต้อนรับ ทำหน้าที่ให้ข้อมูลด้านบริการ ต้อนรับลูกค้า และเก็บประวัติลูกค้า



- พนักงานนวด ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริการ ผู้ประกอบการอาจบริหารพนักงานนวดด้วยวิธีการ ดังนี้
 - กำหนดวันหยุดให้พนักงานในแต่ละเดือน
 - มีชุดฟอร์มให้พนักงานนวด
 - ให้พนักงานมีส่วนร่วมในการบริหารโดยจัดประชุมบอกเล่าปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างทำงานหรือผู้ประกอบการอาจสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการว่ามีจุดบกพร่องตรงไหน เพื่อหาแนวทางแก้ไข โดยปรับปรุงเดือนละ 2 ครั้ง
 - อบรมพนักงาน เพื่อพัฒนาฝีมือนวดให้ดียิ่งขึ้น เช่น เทคนิคต่างๆของการนวด
 - อบรมพนักงานด้านภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น กรณีกลุ่มลูกค้าเป็นชาวต่างชาติ
 - ผูกใจพนักงานนวดให้อยู่ยาวนานๆ ผู้ประกอบการต้องมีความเอาใจใส่บุคลากรให้พนักงานมีรายได้ที่พอเพียง เพราะความพอใจของพนักงานเป็นเรื่องสำคัญถ้าพนักงานมีความสุขในการทำงาน พนักงานก็จะให้บริการที่ดี

3) การบริหารลูกค้า การทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการบริการตลอดไป เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ ฉะนั้น ผู้ประกอบการควรประเมินการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น ทำแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นการบริการของร้าน แต่วิธีนี้ ลูกค้าบางรายอาจไม่ชอบเขียน ดังนั้น ร้านจึงควรสอบถามจากลูกค้าโดยตรงด้วย เพื่อนำเอาปัญหาหรือข้อคิดเห็นของลูกค้ามาปรับปรุง

3.5.4 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการนวดแผนไทย

จากผลงานการวิจัยของ ยุพิน หมี่ใจเจริญ และคณะ (2550) ทำให้ได้ทราบผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคาดหวังในการบริการนวดแผนไทยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิ่งต่อไปนี้

- (1) การบริหารจัดการสถานบริการ เช่น เรื่องความสะดวกสบายของสถานที่การจัดตกแต่งร้าน เป็นต้น
- (2) ความเหมาะสมเป็นธรรมชาติด้านราคาและมีโปรโมชั่นจูงใจ
- (3) การมีความรู้และทักษะในการนวดแผนไทย
- (4) การมีความพึงพอใจในการให้บริการ ได้แก่ ความมีอัธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีความเป็นกันเอง ไม่เอาัดเอาเปรียบลูกค้า
- (5) ความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัด โดยมีความแตกต่างและดีกว่าสถานประกอบการในกรุงเทพมหานคร
- (6) สถานประกอบการนวดแผนไทยควรมีการจัดทำป้ายโฆษณาที่ชัดเจน อ่านง่ายเพื่อความสะดวกในการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- (7) สถานประกอบการนวดแผนไทยควรมีการแยกห้องนวด เพื่อให้บริการเรื่องความเป็นส่วนตัวมากขึ้น

3.5.5 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

การรับฟังความคิดเห็นของผู้ประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายได้สรุปความคิดเห็นแบ่งเป็นประเด็นปัญหาของการประกอบการและข้อเสนอแนะในการประกอบการนวดแผนไทย ไว้ดังนี้

3.5.5.1 ประเด็นปัญหาการประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

1) การขอใบอนุญาตมาตรฐานการประกอบการนวดแผนไทยจากสาธารณสุขจังหวัด ทำได้ยาก เนื่องจากสถานประกอบการนวดแผนไทยจะต้องผ่านเกณฑ์มาตรฐานของสาธารณสุขก่อนจึงจะได้ไปรับรองมาตรฐาน โดยประเมินจากลักษณะของห้องนวดที่ควรมีสภาพโล่ง โปร่งและมีประตูที่สามารถปิดล็อคได้ การระบายอากาศ ความสะดวกของสถานบริการ การกำจัดขยะมูลฝอย ความสะดวกในเรื่องเสื้อผ้าที่ให้บริการ เทคนิคหรืออุปกรณ์ที่นำมาให้บริการ การติดตั้งอุปกรณ์ป้องกันไฟไหม้ เวลาการเปิด-ปิดของสถานประกอบการ รวมถึงผู้นวดจะต้องผ่านการอบรมที่ได้รับการรับรองจากสาธารณสุขอีกด้วย



2) การจัดระบบระเบียบของธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย เนื่องจากสถานประกอบการนวดแผนไทยส่วนใหญ่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยวและผู้ใช้บริการทั่วไปโดยมีความรู้เรื่องการนวดแผนไทยเท่านั้น แต่ขาดความรู้เรื่องการบริหารงาน ส่วนใหญ่เป็นร้านเล็กๆ ที่มีเงินลงทุนต่ำ มีลักษณะการดำเนินงานแบบครอบครัว ทำให้การดำเนินงานเป็นไปแบบไม่มีระบบระเบียบและไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จึงทำให้เกิดการตัดราคาและแย่งลูกค้ากันเอง

3) การขาดการประชาสัมพันธ์ให้สถานประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4) เรื่องการลาออกของพนักงานนวดสูงมาก เนื่องจากพนักงานนวดส่วนใหญ่เมื่อมีประสบการณ์มากขึ้น ก็จะลาออกเพื่อไปทำงานในภาคใต้ เช่น ภูเก็ต พังงา กระบี่ เป็นต้น เนื่องจากได้รับค่าจ้างสูงกว่า

5) การขาดการจัดรูปแบบร้านให้มีเอกลักษณ์ความเป็นล้านนา

6) เงินลงทุนของสถานประกอบการนวดแผนไทย ส่วนใหญ่มีเงินลงทุนน้อย จึงต้องการกู้เงินจากแหล่งเงินกู้ แต่เมื่อยื่นเรื่องกู้เงินกับแหล่งเงินกู้ต่างๆ แล้วมักจะไม่ได้รับการอนุมัติเงินกู้ ทำให้เกิดปัญหาเรื่องการดำเนินงาน

7) ภาษีป้ายมีราคาสูงขึ้น ทำให้สถานประกอบการขนาดเล็กต้องรับภาระค่าใช้จ่ายสูงจึงทำให้ต้องลดขนาดของป้ายลงทำให้ป้ายมีขนาดเล็กไม่สะดุดตาลูกค้า

8) การประสานงานระหว่างสถานประกอบการและหน่วยงานราชการ เนื่องจากสถานประกอบการส่วนใหญ่มีขนาดเล็กและประกอบธุรกิจแบบครอบครัว จึงเห็นว่าการติดต่อกับหน่วยงานราชการเป็นเรื่องยาก

3.5.5.2 ข้อเสนอแนะในการประกอบการนวดแผนไทย

1) ควรจัดตั้งชมรมผู้ประกอบการนวดแผนไทยขึ้น เพื่อสร้างเครือข่ายและความเข้มแข็งให้ผู้ประกอบการและสามารถต่อรองกับภาครัฐได้

2) ต้องการให้ส่วนราชการเข้ามาจัดระบบระเบียบของธุรกิจการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงรายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อไม่ให้เกิดการแย่งลูกค้า

3) ควรร่วมมือกันระหว่างสถานประกอบการและส่วนราชการ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจการนวดแผนไทยเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4) ควรจัดอบรมมาตรฐานการให้บริการนวดแผนไทยจากส่วนราชการ ด้านการนวด ด้านมารยาทการนวดและการใช้ภาษา เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

5) ส่วนราชการควรสนับสนุนด้านเงินทุนให้มากขึ้น เพื่อให้สถานประกอบการมีเงินทุนเพียงพอในการดำเนินงานให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย

6) ควรมีการส่งเสริมให้สถานประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย มีการจัดร้านแบบล้านนา โดยใช้วัสดุที่หาได้ง่าย ราคาไม่แพงและจัดร้านให้โล่ง โปร่ง สามารถมองเห็นจากด้านนอกได้อย่างชัดเจน เพื่อป้องกันไม่ให้ลูกค้าเข้าใจผิดว่ามีธุรกิจอื่นแอบแฝง

7) อยากให้มีการลดภาษีป้ายลง หรือให้ส่วนราชการหาทางแก้ปัญหาการประชาสัมพันธ์ของสถานประกอบการนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย

8) ตัวแทนจากสาธารณสุขจังหวัดเชียงรายได้เสนอแนะให้ผู้ประกอบการแต่งกายแบบพื้นเมือง เช่น อาจใส่เสื้อม่อฮ่อม เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์และติดตาลูกค้า อีกทั้งยังให้ข้อเสนอแนะในเรื่องของการใช้ท่านวด และการแต่งกายของพนักงานนวดไม่ให้แบบเร้าอารมณ์ทางเพศ

9) รูปแบบการให้บริการนวดแผนไทย ในความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวสรุปว่า สถานประกอบการนวดแผนไทยควรได้รับมาตรฐานรับรองจากหน่วยงานราชการ และควรมีป้ายการได้รับมาตรฐานจากสาธารณสุขให้เห็นอย่างเด่นชัด รวมทั้งต้องการให้มีการจัดตกแต่งร้านแบบล้านนา พนักงานนวดควรแต่งกายสื่อถึงความเป็นล้านนาที่สุภาพ มีอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรไว้บริการขณะรอ มีห้องนวดให้เลือกทั้งแบบส่วนตัวและแบบรวม และควรมีการนวดบำบัดหรือรักษาเฉพาะที่เป็นต้น



10) ประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ให้บริการนวดแผนไทยเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาจทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เข้าใจผิดว่ามีการบริการทางเพศแอบแฝง

กล่าวโดยสรุป การนวดแผนไทยในจังหวัดเชียงราย นับว่ามีศักยภาพเพียงพอที่จะสามารถปรับปรุงจากธุรกิจบริการขนาดเล็กในระดับครอบครัวไปเป็นธุรกิจบริการที่มีมาตรฐานสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายได้ โดยคาดหวังที่จะบรรจุบริการประเภทนี้ไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวอันจะนำมาซึ่งเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงราย และใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชียงรายสู่ความยั่งยืนต่อไป

3.6 ศักยภาพและความพร้อมของอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

จากการศึกษาวิจัยของ ศรีสมร คุณากรดินทร์ และคณะ (2549) เกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย พบว่า ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายของ เจริญชัย คำแสน และคณะ (2550) ดังนี้

3.6.1 การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวด้านการใช้บริการอาหาร

จากการศึกษาของ เจริญชัย คำแสน และคณะ (2550) โดยใช้การสัมภาษณ์และแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยคำนวณผลจากสูตรของ Taro Yamane แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) แบ่งเป็นดังนี้

ในการเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องของผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการเกี่ยวกับร้านอาหารมากที่สุด ร้อยละ 53 รองลงมา คือ สปา ร้อยละ 33 และนวดแผนโบราณ ร้อยละ 31 ดังตารางที่ 3-2

ตารางที่ 3-2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามการเลือกใช้บริการ

บริการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นวดแผนโบราณ	124	31.0
สปา	132	33.0
รถเช่า	84	21.0
ธุรกิจบันเทิง	70	17.5
บริการนำเที่ยว	119	29.8
ล่องเรือ	54	13.5
นั่งช้าง	90	22.5
สนามกอล์ฟ	60	15.0
ร้านอาหาร	212	53.0

ที่มา : เฉลิมชัย คำแสน และคณะ (2550)

ผู้ตอบแบบสอบถามซื้อสินค้าประเภทของอาหาร-เครื่องดื่มมากที่สุด ร้อยละ 66.5 รองลงมา คือ ของที่ระลึก ร้อยละ 50.2 และของฝาก ร้อยละ 46.5 ดังตารางที่ 3-3

ตารางที่ 3-3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามสินค้าที่ทานซื้อ

สินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ของฝาก	186	46.5
ของที่ระลึก	202	50.2
อาหาร และเครื่องดื่ม	266	66.5
เครื่องใช้ และเครื่องประดับตกแต่ง	56	14.0
เสื้อ กระเป๋า เครื่องแต่งกาย	116	29.0
หัตถกรรม	150	37.5

ที่มา : เฉลิมชัย คำแสน และคณะ (2550)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ต้องการรับประทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด ร้อยละ 55.5 รองลงมา คือ อาหารตามสั่ง ร้อยละ 17.5 และอาหารจากโรงแรม-ที่พัก ร้อยละ 15 ดังตารางที่ 3-4



ตารางที่ 3-4 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำแนก
ตามประเภทของอาหารที่ต้องการ

ประเภทอาหาร	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อาหารจากโรงแรม - ที่พัก	60	15.0
อาหารพื้นเมือง	222	55.5
Fast Food	38	9.5
อาหารตามสั่ง	70	17.5
ร้านอาหารขึ้นชื่อในจังหวัด	10	2.5
รวม	400	100

ที่มา : เจริญชัย คำแสน และคณะ (2550)

เมื่อพิจารณาผลการสำรวจผู้ตอบแบบสอบถามในด้านความต้องการทางด้าน
สินค้าเพิ่มเติม พบว่า ต้องการสินค้าพื้นเมือง ร้อยละ 19.5 รองลงมา คือ สินค้า
OTOP ร้อยละ 10.5 และสินค้าของที่ระลึก ร้อยละ 8.25 ดังตารางที่ 3-5

ตารางที่ 3-5 แสดงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม
จำแนกตามความต้องการเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้า

สินค้า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สินค้า OTOP	42	10.5
สินค้าพื้นเมือง	78	19.5
สินค้าหัตถกรรม	24	6.0
ผ้าฝ้าย	6	1.5
สินค้าหัตถกรรม	6	1.5
ของที่ระลึก	33	8.25
เสื้อผ้าแฟชั่น	18	4.5
ร้านอาหารกลางคืน	21	5.25
อาหารพื้นเมืองที่สะอาด อร่อย	24	6.0
สินค้าน้ำดื่มที่ถูกต้อง และมีคุณภาพ	6	1.5
สินค้าที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยว	6	1.5
เครื่องประดับที่พิถีพิถัน	6	1.5
ต้นไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ	6	1.5
อาหารจานด่วน	9	2.25
ของแปลก	6	1.5

ที่มา : เจริญชัย คำแสน และคณะ (2550)

นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นอาศัยต่างกัน เลือกประเภทอาหารที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จะนิยมเลือกทานอาหารจากร้านอาหารขึ้นชื่อในจังหวัดมากที่สุดส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากภาคอื่นๆ ต่างนิยมเลือกทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด ดังตารางที่ 3-6

ตารางที่ 3-6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างถิ่นที่อยู่อาศัยกับประเภทอาหาร

ประเภทอาหาร	ถิ่นที่อยู่อาศัย					รวม
	เหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก เฉียงเหนือ	ตะวันออก	
อาหารจาก โรงแรม - ที่พัก	17 4.3%	19 4.8%	7 1.8%	2 .5%		45 11.3%
อาหารพื้นเมือง	98 24.5%	105 26.3%	22 5.5%	6 1.5%	5 1.3%	236 59.0%
อาหารจานด่วน	4 1.0%	2 .5%	1 .3%			7 1.8%
อาหารตามสั่ง	28 7.0%	20 5.0%	4 1.0%			52 13.0%
ร้านอาหารขึ้นชื่อ ในจังหวัด	29 7.3%	18 4.5%	4 1.0%	2 .5%	7 1.8%	60 15.0%
รวม	176 44.0%	164 41.0%	38 9.5%	10 2.5%	12 3.0%	400 100.0%

ที่มา : เฉลิมชัย คำแสน และคณะ (2550)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยพาหนะที่แตกต่างกันเลือกประเภทอาหารไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่ว่าจะเดินทางมาเชียงรายด้วยวิธีใดก็ตาม ส่วนใหญ่นิยมเลือกทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด ดังตารางที่ 3-7

ตารางที่ 3-7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างประเภทการเดินทางกับประเภทอาหาร

ประเภทอาหาร	ประเภทการเดินทาง					รวม
	รถส่วนตัว	รถโดยสาร	เครื่องบิน	รถตู้	บริษัทนำเที่ยว	
อาหารจาก โรงแรม - ที่พัก	29 7.3%	4 1.0%	8 2.0%	2 0.5%	2 0.5%	45 11.3%
อาหารพื้นเมือง	142 35.5%	29 7.3%	36 9.0%	17 4.3%	12 3.0%	236 59.0%
อาหารจานด่วน	6 1.5%	1 0.3%				7 1.8%
อาหารตามสั่ง	27 6.8%	5 1.3%	9 2.3%	11 2.8%		52 13.0%
ร้านอาหารขึ้น ชื่อในจังหวัด	42 10.5%	6 1.5%	3 0.8%	7 1.8%	2 0.5%	60 15.0%
รวม	246 61.5%	45 11.3%	56 14.0%	37 9.3%	16 4.0%	400 100.0%

ที่มา : เฉลิมชัย คำแสน และคณะ (2550)



นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะตัดสินใจเลือกประเภทอาหารด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์จัดหาให้ มีค่านัยสำคัญไม่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจด้วยตนเองหรือโดยบริษัททัวร์ล้วนนิยมเลือกทานอาหารพื้นเมืองมากที่สุด ดังตารางที่ 3-8

ตารางที่ 3-8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจกับประเภทอาหาร

ประเภทอาหาร	การตัดสินใจ		รวม
	ด้วยตนเอง	โดยบริษัททัวร์	
อาหารจากโรงแรม - ที่พัก	41 10.3%	4 1.0%	45 11.3%
อาหารพื้นเมือง	210 52.5%	26 6.5%	236 59.0%
อาหารจานด่วน	7 1.8%		7 1.8%
อาหารตามสั่ง	40 10.0%	12 3.0%	52 13.0%
ร้านอาหารขึ้นชื่อในจังหวัด	54 13.5%	6 1.5%	60 15.0%
รวม	352 88.0%	48 12.0%	400 100.0%

ที่มา : เฉลิมชัย คำแสน และคณะ (2550)

ในการใช้จ่ายเงิน นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทของฝากและของที่ระลึกมากที่สุด ส่วนการใช้จ่ายด้านการบริการ นักท่องเที่ยวได้ใช้จ่ายไปกับร้านอาหารมากที่สุดโดยอาหารที่นักท่องเที่ยวต้องการรับประทานมากที่สุดคือ อาหารพื้นเมือง สำหรับช่วงที่นักท่องเที่ยวนิยมมาเที่ยวเชียงรายมากที่สุดคือช่วงฤดูหนาว โดยส่วนใหญ่จะเลือกเที่ยวในวันหยุดต่อเนื่อง สำหรับเหตุผลที่นักท่องเที่ยวต้องการมาเที่ยวเชียงรายมากที่สุด เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีสภาพอากาศดี มีอากาศที่หนาวเย็น และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในช่วงฤดูนี้ก็มีต้นไม้และพรรณไม้สวยงามน่าตื่นตาตื่นใจ

การศึกษาโครงการศึกษาสภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพความพร้อมและจัดประเภทร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเมื่อประกอบเข้ากับผลการศึกษาเบื้องต้นจะสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้ (ศรีสมร คุณากรบดินทร์ และคณะ, 2549)

1. การสำรวจร้านอาหารพื้นเมือง

การสำรวจร้านอาหารพื้นเมืองในจังหวัดเชียงรายครอบคลุมอำเภอต่างๆ ทั้ง 16 อำเภอ 2 กิ่งอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอแม่จัน อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน อำเภอเชียงของ อำเภอเทิง อำเภอเวียงแก่น อำเภอเวียงชัย อำเภอพาน อำเภอแม่ลาว อำเภอแม่ฟ้าหลวง อำเภอขุนตาล อำเภอป่าแดด อำเภอพญาเม็งราย อำเภอแม่สรวย อำเภอเวียงป่าเป้า กิ่งอำเภอดอยหลวง กิ่งอำเภอเวียงเชียงรุ้ง พบว่ามีร้านอาหารพื้นเมืองรวม 78 ร้าน แบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 ประเภท โดยไม่นับร้านที่เป็นแผงลอย ได้แก่

1.1 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดเล็ก มีลักษณะเป็นร้านขายอาหารแบบทำสำเร็จแล้วตักขายแก่ลูกค้า โดยลูกค้าจะมาเลือกชนิดอาหารเอง ชนิดอาหารมีจำนวนจำกัดแล้วแต่ผู้ขายกำหนดเมนูอาหารในแต่ละวัน สถานที่ประกอบการมีทั้งลักษณะอาคารพาณิชย์และร้านอาหารที่ต่อเติมจากตัวบ้าน ร้านอาหารประเภทนี้ มีจำนวน 10 ร้าน

1.2 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดกลาง มีลักษณะเป็นร้านอาหารที่ขายตามเมนูมีการปรุงอาหารหลังจากได้รับคำสั่ง (Order) จากลูกค้า รายการอาหารพิเศษมักเป็นไปตามฤดูกาลของผักหรือผลไม้ ร้านอาหารประเภทนี้เจ้าของร้านมักจะเป็นผู้ลงมือทำเอง มีจำนวน 52 ร้าน

1.3 ร้านอาหารพื้นเมืองขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นร้านอาหารที่อยู่ในสวนเน้นบรรยากาศสบายๆ เหมือนรับประทานอาหารในสวน มีการเปิดเพลงหรือมีการบรรเลงดนตรีพื้นเมืองในร้าน มีจำนวน 15 ร้าน ในจำนวนนี้มี 1 ร้านที่ให้บริการแบบขันโตกดินเนอร์เป็นครั้งคราว ขึ้นอยู่กับมีลูกค้าหรือไม่

1.4 ร้านอาหารประเภทขันโตกดินเนอร์ นิยมสร้างอาคารในแบบล้านนา ภายในอาคารจะนิยมปูพรมและมีเวทีเพื่อให้ผู้ชมได้รับชมชุดการแสดงของชาวพื้นเมืองและชาวเขาในระหว่างรับประทานอาหาร เช่น พ่อนเล้า พ่อนนกกิ่งกะหว่า พ่อนจ้อง พ่อนคาบ เป็นต้น มีจำนวน 1 ร้าน



2. ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมือง

ศักยภาพและความพร้อมของร้านอาหารพื้นเมือง หมายถึง ร้านอาหารที่มีความสามารถประกอบการ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั่วไปในด้านต่างๆ คือ

2.1 การนำเสนออาหาร/เมนูอาหาร นักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย เห็นว่าอยู่ในระดับดี มีเพียงประเด็นเดียวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าดีมาก คือ การแจ้งราคาในรายการอาหารชัดเจน

2.2 การบริการ นักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย เห็นว่าอยู่ในระดับดี โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติ เห็นว่าการออกอาหารทำได้รวดเร็วดีมาก

2.3 ลักษณะของอาหารเหมาะสม นักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย เห็นว่าอยู่ในระดับดี มีประเด็นที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าดีมาก คือ รสชาติของอาหารได้มาตรฐาน สม่ำเสมอ และรสชาติของอาหารคงเอกลักษณ์ตามตำรับดั้งเดิมของอาหารพื้นเมือง

2.4 คุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการปรุงอาหาร นักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย เห็นว่าอยู่ในระดับดี โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าความสดของวัตถุดิบอยู่ในระดับดีมาก ส่วนความสะอาดของผัก-ผลไม้สดที่จัดเสิร์ฟและความสะอาดของวัตถุดิบอยู่ในระดับดี เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เห็นว่าเป็นระดับดีทุกประเด็น

2.5 อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ นักท่องเที่ยวต่างชาติเห็นว่าเป็นระดับดีมาก โดยเห็นว่า วัสดุอุปกรณ์ได้มาตรฐาน เช่น ถ้วย จานกระเบื้อง อยู่ในระดับดีมาก ส่วนประเด็นอื่นๆ อยู่ในระดับดีเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่เห็นว่าเป็นระดับดีทุกประเด็น

2.6 สิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย เห็นว่าอยู่ในระดับดีทุกประเด็น

3. ลักษณะของอาหารที่ต้องการ

ลักษณะของอาหารที่ต้องการ นักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย ต้องการในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการอาหารที่มีลักษณะ

เป็นอาหารสุขภาพใช้ฝึกที่บ้านประกอบอาหาร รสชาติอร่อยคงเอกลักษณ์ล้านนา และมีอาหารหลากหลาย ในระดับมาก ส่วนประเด็นอื่นๆ ต้องการในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการอาหารที่มีลักษณะปรับรสชาติของอาหารให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว และอาหารที่ใช้ฝึกที่บ้านประกอบอาหาร ในระดับมาก ประเด็นอื่นๆ ต้องการในระดับปานกลาง

4. ลักษณะของร้านอาหารพื้นเมืองที่ต้องการ

นักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทยต้องการในระดับปานกลางทุกประเด็น โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติต้องการร้านอาหารที่มีสถานที่เพียงพอที่จะรองรับลูกค้าได้จำนวนมาก เป็นลำดับแรก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการร้านอาหารที่เป็นที่นิยมของคนในท้องถิ่น

5. ความนิยมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออาหารและร้านอาหารพื้นเมือง

นักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย นิยมอาหารพื้นเมืองแตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลาง อาหารที่นิยมในระดับมาก คือ อาหารประเภทลาบ อาหารประเภทแกงและอาหารประเภทปิ้งหรือย่าง นอกจากนี้ยังนิยมในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมอาหารพื้นเมืองในระดับปานกลางเช่นกันโดยนิยมอาหารทุกประเภทในระดับปานกลาง เรียงตามลำดับห้าลำดับแรก คือ อาหารประเภทปิ้งหรือย่าง อาหารประเภทน้ำพริก อาหารประเภททอด อาหารประเภทล้า และอาหารประเภทจ้อ ซึ่งสอดคล้องกับชนิดของอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวไทย นิยมรับประทานเป็นลำดับที่ 1-3 พบว่า ส่วนใหญ่นิยม ไล่ฉั่ว น้ำพริกหนุ่ม ลาบหมู เป็นต้น โดยหากพิจารณาชนิดของอาหาร พบว่าอาหารที่นักท่องเที่ยวชาวไทยชอบรับประทานเป็นลำดับที่ 1 สืบอันดับแรก ได้แก่ ลาบหมู น้ำพริกหนุ่ม ไล่ฉั่ว น้ำพริกอ่อน แกงฮังเล น้ำเงี้ยว แกงอ่อม แกงแค จอผักกาด ข้าวซอยไก่ อาหารที่ชอบรับประทานเป็นอันดับที่ 2 สืบอันดับแรก ได้แก่ ไล่ฉั่ว ลาบหมู น้ำพริกอ่อน น้ำพริกหนุ่ม แกงอ่อม แกงฮังเล แกงแค แคมหมู น้ำเงี้ยว น้ำพริก และอาหารที่ชอบรับประทานลำดับที่ 3 สืบอันดับแรก ได้แก่ ไล่ฉั่ว น้ำพริกหนุ่ม ลาบหมู แกงแค แกงฮังเล แคมหมู น้ำพริกอ่อน น้ำเงี้ยว แกงอ่อมและน้ำพริก



แต่หากพิจารณาจากแหล่งที่อยู่ของนักท่องเที่ยวจะพบว่า มีนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคอื่นๆ ถึงร้อยละ 57.83 อาจชอบอาหารพื้นเมืองชนิดอื่นๆ ที่แตกต่างออกไปก็ได้ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า อาหารพื้นเมืองที่นักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ ชอบรับประทานเป็นลำดับที่ 1 หกอันดับแรก ได้แก่ น้ำพริกหนุ่ม ไข่ฮ่อ แกงฮังเล น้ำพริกฮ่อ น้ำเงี้ยว ลาบและแกงแค อาหารที่ชอบรับประทานเป็นอันดับที่ 2 ห้าอันดับแรก ได้แก่ ไข่ฮ่อ แคหมู แกงฮังเล น้ำพริกหนุ่ม ลาบ แกงแคและแกงอ่อม

6. แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเห็นว่าควรมีการส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ ดังนี้ 1) สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ ของจังหวัดเชียงราย 2) จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารพื้นเมืองเป็นภาษาต่างประเทศ 3) สนับสนุนให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝากจากเชียงราย 4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด ชมรมร้านอาหาร ฯลฯ ส่งเสริมอาหารพื้นเมืองและพนักงานบริการแต่งชุดล้านนาและมีมารยาทแบบไทยๆ สร้างความประทับใจครั้งแรกด้วยอาหารพื้นเมือง โดยมีชื่อแรกในเชียงราย ต้องเป็นอาหารพื้นเมือง 5) ส่งเสริมให้ร้านอาหารทุกร้านมีรายการอาหารพื้นเมือง 6) พัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศของพนักงานบริการ 7) ปรับปรุงรสชาติของอาหารพื้นเมืองให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว 8) ประชาสัมพันธ์อาหารและร้านอาหารพื้นเมือง ทั้งในด้านลักษณะและวิธีรับประทาน 9) ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองที่ได้มาตรฐานในสื่อต่างๆ 10) จัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารพื้นเมืองให้ชัดเจน

ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าควรส่งเสริมและพัฒนาร้านอาหารพื้นเมืองสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว เรียงตามลำดับ ดังนี้ 1) จัดทำแผนที่หรือป้ายบอกที่ตั้งร้านอาหารให้ชัดเจน 2) สร้างความประทับใจครั้งแรกด้วยอาหารพื้นเมือง โดยมีชื่อแรกในเชียงรายต้องเป็นอาหารพื้นเมือง 3) ประชาสัมพันธ์อาหารพื้นเมืองทั้งในด้านลักษณะและวิธีรับประทาน 4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น จังหวัด ชมรม



ร้านอาหาร ฯลฯ ส่งเสริมอาหารพื้นเมือง สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นของฝากจากเชียงราย 5) สนับสนุนส่งเสริมให้อาหารพื้นเมืองเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงราย 6) ปรับปรุงรสชาติของอาหารพื้นเมืองให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยว 7) พัฒนาการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศของพนักงานบริการ 8) ส่งเสริมให้ร้านอาหารทุกร้านมีรายการอาหารพื้นเมือง พนักงานบริการแต่งชุดล้านนา และมีมารยาทแบบไทยๆ 9) จัดทำชื่อและรายละเอียดของอาหารพื้นเมืองเป็นภาษาต่างประเทศ 10) ประชาสัมพันธ์ร้านอาหารพื้นเมืองในสื่อต่างๆ

3.6.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาบริการด้านอาหาร

แนวทางการพัฒนาบริการอาหารแก่นักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ควร
มีแนวทางดำเนินงานต่อไปนี้

- 1) ธุรกิจร้านอาหารที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นนักท่องเที่ยว ควรเป็นอาหารพื้นเมือง เพราะนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติส่วนใหญ่ต้องการรับประทานมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติใช้จ่ายในการซื้อสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด
- 2) มุ่งพัฒนาความสะอาดและสุขอนามัยทั้งในการปรุง การได้มาซึ่งวัตถุดิบ การใช้ภาชนะการตกแต่งร้าน การแต่งกายของผู้ขาย และการปล่อยมลพิษในกระบวนการผลิต (น้ำทิ้ง ขยะเปียกและการใช้เชื้อเพลิงอย่างประหยัด เป็นต้น)
- 3) ควรรักษาอัตลักษณ์ด้านสีส้มและรสชาติของอาหารพื้นเมืองให้เป็นแบบดั้งเดิมมากที่สุด

3.7 การพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ไปสู่สินค้าของที่ระลึกในจังหวัดเชียงราย

“สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” นับเป็นเครื่องมือสร้างความเจริญแก่ชุมชนเพื่อยกระดับฐานะความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายใน



และต่างประเทศ ซึ่งแนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละตำบลมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภท โดยใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรหลักภายในท้องถิ่น เพื่อลดปัญหาการอพยพการย้ายถิ่นจากชนบทไปหางานทำในเมืองใหญ่ การส่งเสริมให้มีผลิตภัณฑ์ตำบลนี้ถือเป็นการสร้างฐานรากเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นกับชุมชนซึ่งเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

การคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) เป็นแนวคิดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้มีโอกาสพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานเพื่อส่งออกเป็นสินค้าไปต่างประเทศได้ โดยคัดสรรจากสินค้าสุดยอดของจังหวัด ภาคและประเทศ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าจากระดับภูมิภาคสู่สากล (Local Links-Global Reaches) การศึกษาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในหัวข้อนี้ อาศัยผลการศึกษาของอรรพรรณ จำพูน และคณะ (2550) นำมาสรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้

3.7.1 สถานการณ์ของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัด

เชียงราย

จังหวัดเชียงราย ได้ดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ พ.ศ.2544 เป็นต้นมา ตามนโยบายของรัฐบาลจนถึงปัจจุบัน ใน พ.ศ.2545 มีขอจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นรายได้เข้าสู่จังหวัดเชียงรายถึง 878 ล้านบาท และใน พ.ศ.2546 มีขอจำหน่ายผลิตภัณฑ์นับถึงเดือนสิงหาคม คิดเป็นรายได้มากถึง 813 ล้านบาท

จากผลการสำรวจข้อมูลความจำเป็นพื้นฐานประจำปี พ.ศ.2546 พบว่าใน พ.ศ.2545 คราวเรือนมีรายได้เฉลี่ย 14,653 บาท/คน/ปี ใน พ.ศ.2546 คราวเรือนมีรายได้เฉลี่ย 18,176 บาท/คน/ปี โดยเพิ่มขึ้นคนละ 3,523 บาท/คน/ปี ต่ำกว่าเกณฑ์รายได้ 20,000 บาท ซึ่งสำนักงานจังหวัดเชียงรายมีเป้าหมายที่จะส่งเสริมให้ทุกครัวเรือนผ่านเกณฑ์นี้ให้ได้ภายในปี พ.ศ.2549 โดยมีครัวเรือนเป้าหมายจำนวน 117,896 ครัวเรือน จากจำนวนครัวเรือนที่จัดเก็บข้อมูลความจำเป็น

พื้นฐานจำนวน 190,515 ครัวเรือน ดังนั้น การบรรลุมูลค่ารายได้ขั้นต่ำของประชากรในชุมชนสามารถนำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาและส่งเสริมให้ประชาชนยกระดับรายได้เข้าสู่เกณฑ์ดังกล่าวได้ในอนาคตอันใกล้ ทั้งยังเป็นบริการเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้อย่างสอดคล้องและเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน

3.7.2 ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงราย

ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอแม่สาย อำเภอพานและอำเภอเวียงชัย มีทั้งสิ้น 119 กลุ่ม 221 ผลิตภัณฑ์ โดยแยกออกเป็นผลิตภัณฑ์ของอำเภอแม่สาย 23 กลุ่ม 72 ผลิตภัณฑ์ อำเภอพาน 81 กลุ่ม 111 ผลิตภัณฑ์ และอำเภอเวียงชัย 15 กลุ่ม 38 ผลิตภัณฑ์ แต่ละผลิตภัณฑ์มีระดับความแตกต่างกันออกไป และบางผลิตภัณฑ์ไม่มีดาวซึ่งหมายถึง ไม่ได้ส่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เข้าสู่การจัดสรรดาวระดับประเทศของกรมการพัฒนาชุมชนในปี พ.ศ.2547 (อาจเนื่องมาจากมีหลายผลิตภัณฑ์ จึงได้เลือกส่งบางผลิตภัณฑ์เท่านั้น) และกรมการพัฒนาชุมชนกำลังดำเนินการจัดสรรดาวระดับประเทศครั้งถัดมาในปี พ.ศ.2549

3.7.2.1 สถานการณ์และข้อมูลเบื้องต้น

ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของจังหวัดเชียงราย จากฐานข้อมูลในปี พ.ศ.2547 มีกลุ่มผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน 3 อำเภอที่เป็นพื้นที่ที่ศึกษา จำนวน 119 กลุ่ม แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มอาชีพ/กลุ่มแม่บ้าน ชมรม สมาคม สหกรณ์ มูลนิธิ บริษัท/ห้างหุ้นส่วน มีระยะเวลาเปิดดำเนินการกิจการตั้งแต่ 1 - 36 ปี มีจำนวนบุคลากรตั้งแต่ 1 - 200 กว่าคน/กลุ่ม อาศัยแหล่งเงินทุนจากแหล่งที่หลากหลายแตกต่างกันไป เช่น กองทุนหมู่บ้าน ทุนส่วนตัว เงินกู้ธนาคารเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) งบประมาณสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) งบประมาณสนับสนุนจากเทศบาล และงบประมาณสนับสนุนจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ เป็นต้น เป็นสินค้ามีอยู่ห้อย 31 ราย และไม่มีอยู่ห้อย 69 ราย



ตารางที่ 3-9 ประมาณการรายได้จากการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์
ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงราย ปี พ.ศ.2546

ที่	อำเภอ/ กิ่งอำเภอ	เป้าหมายปี 46 ของอำเภอ/ จังหวัด	ผลการจำหน่าย ค.ศ.45 -ก.ศ.46	ผลการจำหน่าย ส.ศ.46	รวมผล การจำหน่าย ค.ศ.45-ส.ศ.46	คงเหลือค่า เงินเบิกกว่าเป้า หมาย+/-ค่ากว่า เป้า
1	เมืองเชียงราย	255,000,000	186,163,143	35,360,700	221,523,843	-33,476,157
2	เชียงของ	45,000,000	41,380,383	276,000	41,656,383	-3,343,617
3	เวียงป่าเป้า	30,000,000	24,318,900	2,100,000	26,418,900	-3,581,100
4	เทิง	15,000,000	22,436,980	2,249,190	24,686,170	9,686,170
5	ป่าแดด	20,000,000	1,479,141	179,647	1,658,788	-18,341,212
6	พาน	150,000,000	162,887,830	25,879,500	188,767,330	38,767,330
7	เวียงชัย	30,000,000	7,770,779	3,272,606	11,043,385	-18,956,615
8	แม่จัน	25,000,000	41,268,225	13,902,250	55,170,475	30,170,475
9	เชียงแสน	40,000,000	52,037,011	1,345,935	53,382,946	13,382,946
10	แม่สาย	190,000,000	78,014,650	6,186,360	84,201,010	-105,798,990
11	แม่สรวย	35,000,000	12,146,229	2,341,900	14,488,129	-20,511,871
12	พญาเม็งราย	12,000,000	11,108,385	996,300	12,104,685	104,685
13	เวียงแก่น	25,000,000	17,970,034	1,283,600	19,253,634	-5,746,366
14	ขุนตาล	8,000,000	1,519,944	5,989,890	7,509,834	-490,166
15	แม่ฟ้าหลวง	5,000,000	9,763,370	1,507,200	11,270,570	6,270,570
16	แม่ลาว	5,000,000	22,791,025	9,050,810	31,841,835	26,841,835
17	กิ่ง อ.เวียงเชียงรุ้ง	3,500,000	7,068,900	662,552	7,731,452	4,231,452
18	กิ่ง อ.ศอยหลวง	1,500,000	492,074	61,760	553,834	-946,166
รวม		895,000,000	700,617,003	112,646,200	813,263,203	-81,736,797

ที่มา : อรรธรณ จำพูน และคณะ (2550)

ตารางที่ 3-10 ผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
ของจังหวัดเชียงราย พ.ศ.2547

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับดาว	อำเภอ
1	15 ประชา่วมใจ	ไม้กวาด	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
2	กระติบข้าวเหนียว	ศาลพระภูมิ	ศิลปประเพณีและของที่ระลึก	2	พาน
3	กลุ่มกระดาษแปรรูป	กระดาษสา	ศิลปประเพณีและของที่ระลึก	2	พาน
4	กลุ่มงานไม้	ที่วางโทรศัพท์มือถือ	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
5	กลุ่มจักสานด้วยไม้ไผ่	กระติบข้าว	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
		ช้อน	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	พาน
		ส้อม	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	พาน
6	กลุ่มจักสานทางมะพร้าว	ตะกร้าทางมะพร้าว	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	3	พาน
7	กลุ่มจักสานหมวกใบตาล	หมวกใบตาล	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
8	กลุ่มชุมชน	ดินสอพอง	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	2	พาน
9	กลุ่มดอกไม้ประดิษฐ์	ดอกไม้ประดิษฐ์	ศิลปประเพณีและของที่ระลึก	ไม่มี	พาน

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับดาว	อำเภอ
10	กลุ่มตระกร้า-ไม้กวาด	ตระกร้า ไม้กวาด	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
11	กลุ่มผ้าห่มผ้าเช็ดเท้า	พรมเช็ดเท้า ผ้าห่มผ้าเช็ดเท้า	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
12	กลุ่มตัดเย็บพรมเช็ดเท้า	ผ้าเช็ดเท้า	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
13	กลุ่มตีเหล็ก	เคียวเกี่ยวข้าว มีด	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
14	กลุ่มถักยอ	ยอ	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
15	กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่	กระเป๋าดู เสื้อผ้า	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
16	กลุ่มทำขนม น.4	กล้วยยอบ ขนมดอกจอก ขนมทองม้วน	อาหาร	2	พาน
17	กลุ่มทำดอกไม้ประดิษฐ์	ดอกไม้ประดิษฐ์	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
18	กลุ่มทำดอกไม้ประดิษฐ์	ดอกไม้ประดิษฐ์	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
19	กลุ่มทำไม้กวาด	กระติบข้าว	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
20	กลุ่มดอกไม้แห้ง/ของที่ระลึก	ดอกไม้แห้ง	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
21	กลุ่มปักจักร ปักฉลุ	ผ้าปักพื้นเมือง	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
22	กลุ่มนึ่งข้าวเหนียว	นึ่งข้าวเหนียว	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
23	กลุ่มนึ่งข้าวเหนียว	นึ่งข้าวเหนียว	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
24	กลุ่มนึ่งข้าวเหนียว	นึ่งข้าวเหนียว	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
25	กลุ่มนึ่งข้าวเหนียว	นึ่งข้าวเหนียว	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
26	กลุ่มนึ่งข้าวเหนียว	นึ่งข้าวเหนียว	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
27	กลุ่มแปรรูปวัตถุดิบพื้นบ้าน	หม้อไม่ขัดสี	อาหาร	2	พาน
28	กลุ่มแปรรูปอาหาร	ทองม้วน	อาหาร	2	พาน
29	กลุ่มผลิตภัณฑ์จากเปลือกข้าวโพด	ข้าวเกรียบ	อาหาร	2	พาน
30	กลุ่มผลิตภัณฑ์ไม้กวาด	ไม้กวาด	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
31	กลุ่มผู้ปลูกสมุนไพร	สมุนไพร	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
32	กลุ่มผู้ผลิตแคปซูล	แคปซูล	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
33	กลุ่มผู้สูงอายุ	ผลิตภัณฑ์จากกะลา	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
34	กลุ่มพัฒนาสตรีเย็บผ้าปัก	ผ้าปักพื้นเมือง	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
35	กลุ่มพัฒนาสตรีมีฝีมือ	ผ้าปักพื้นเมือง	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
36	กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่	ผ้าไหมมัดหมี่	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
37	กลุ่มพัฒนาสตรี หมู่ 12	ดอกไม้ประดิษฐ์	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	1	พาน
38	กลุ่มพัฒนาสตรี บ.วังขมภู	สุราแช่	อาหาร	1	พาน



เช็ดช่วย ช่วยขำจริง

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับดาว	อำเภอ
39	กลุ่มพัฒนาอาชีพทำขนม	ขนม	อาหาร	2	พาน
40	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร	ครีมมะขาม	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	3	พาน
	ทำขนมแปรรูปสมุนไพร	ชาใบหม่อน	เครื่องดื่ม	2	พาน
	สมุนไพร	ใบเคยอดแห้ง	เครื่องดื่ม	2	พาน
		มะขามแก้ว	อาหาร	3	พาน
		ลำไยอบแห้ง	อาหาร	2	พาน
41	กลุ่มสตรีทอนตันสามัคคี	ขนมพูนสมุนไพร	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	2	พาน
42	กลุ่มแม่ชื้อศิลา	ครก	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
43	กลุ่มสตรีข้าวหอมมะลิ	ข้าวหอมมะลิ	อาหาร	2	พาน
44	กลุ่มสตรีบ้านเหมียงง่า	พวงหรีด	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	พาน
45	กลุ่มสตรีสหกรณ์	ดอกไม้แห้ง	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
46	กลุ่มสตรีสหกรณ์ ต.ป่าหุ่ง	ถุงมือ-หมวกคลุม	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี	พาน
		รองเท้าผ้า	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
		ผ้าห่ม	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	พาน
		พรมเช็ดเท้า	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	พาน
47	กลุ่มสตรีสหกรณ์	ถั่วงอกสมุนไพร	อาหาร	4	พาน
	ตำบลป่าหุ่ง(แปรรูปอาหาร)	แหนมเนื้อ	อาหาร	3	พาน
48	กลุ่มสตรีสหกรณ์	ไม้กวาดดอกหญ้า	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
	ไม้กวาดบ้านป่าหัด				
49	กลุ่มสมุนไพร	ขนมพูน	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	2	พาน
		น้ำยาล้างจาน	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	2	พาน
50	กลุ่มสหกรณ์จักสาน	กรงขังนก	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	3	พาน
	บ้านสันกอกเหียง				
51	กลุ่มเสริมสร้างธุรกิจ	ปลาเนื้	อาหาร	ไม่มี	พาน
	ประชาคมปากอ	ปลาเผา	อาหาร	3	พาน
52	กลุ่มสาม ม.	การบูรสมุนไพร	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	2	พาน
53	กลุ่มเสือกก	เสือก	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	1	พาน
		เสือกก	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	1	พาน
54	กลุ่มหัตถกรรมหมอนสมัย	หมอนสมัย	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
55	กลุ่มผ้าปักโครเชต์	เสือกก	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
56	กลุ่มอาชีพหัตถกรรม	เบานั่ง	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	พาน
	ผ้าไทยในชนบท	ผ้าห่ม	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	พาน
57	ข้าวหอมมะลิ บ.สันมะเฒ่า	ข้าวหอมมะลิ	อาหาร	ไม่มี	พาน
58	ข้าวหอมมะลิแม่พิมพ์ ๔.4	ข้าวหอม	อาหาร	2	พาน
59	ชมรมสานถักใส่ปลา	ถักใส่ปลา	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	พาน
60	ตะกร้าพลาสติกเหนียว	ตะกร้าทางมะพร้าว	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	พาน
		ตะกร้าหลายรูปทรง	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	พาน
		ตะกร้าหลายรูปแบบ	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	พาน
		ตุ้ง	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี	พาน
61	นพดลการเกษตร	กระเทียมคอง	อาหาร	2	พาน

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับดาว	อำเภอ
62	นวดแผนไทย	ลูกประคบสมุนไพร	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี	พาน
63	นางฉัตรดา ยาโน	กล้วยอบเนย	อาหาร	2	พาน
64	นางรัฐสุภา พอกแก้ว	ขนมถาด	อาหาร	2	พาน
65	นางลักขณา เพิ่มสุขลาภ	วุ้นน้ำมะพร้าว	อาหาร	2	พาน
66	นางแสงจันทร์ คำตา	แคบหมู	อาหาร	2	พาน
67	นายก้องคำ ยาโน	สุรากลั่น	เครื่องดื่ม	2	พาน
68	นายสมพล คาราสวรรณ	หมวยอ	อาหาร	2	พาน
69	ผลิตภัณฑ์เกษตร ต.สันติสุข	ลำไยอบแห้ง	อาหาร	4	พาน
70	แปรรูปอาหาร	น้ำพริกตาแดง	อาหาร	ไม่มี	พาน
		น้ำพริกหนุ่ม	อาหาร	ไม่มี	พาน
		หมวย่างสมุนไพร	อาหาร	ไม่มี	พาน
71	ผู้ปลูกและทอเสื่อกก	เสื่อกก	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
72	ไม้กวาดบ้านร่องธารกลาง	ไม้กวาด	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	3	พาน
73	วังขมภูการสุรา	สุรากลั่น	เครื่องดื่ม	2	พาน
74	สตรีสหกรณ์ ต.สันมะเค็ด	ข้าวกลั่น	อาหาร	2	พาน
75	สหกรณ์เกษตรเมืองพาน	ข้าวสาร	อาหาร	ไม่มี	พาน
76	ส้มไก่อ	ส้มไก่อ	ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	ไม่มี	พาน
77	หจก.เชียงราย พลอว่า	ดอกไม้ประดิษฐ์	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	พาน
78	หจก.ไม่เขียว	สุรา	เครื่องดื่ม	2	พาน
79	หจก.สีตะบุตรสุรากลั่น	สุราขาว 40 ดีกรี	เครื่องดื่ม	2	พาน
80	หจก.เหมืองง่าสุรากลั่น	สุรากลั่น	เครื่องดื่ม	2	พาน
81	กลุ่มศิลปประติมากรรม	ดอกไม้จันทร์	ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	ไม่มี	พาน
	และของที่ระลึก	ดอกไม้จันทร์ พุง	ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	ไม่มี	พาน
82	กลุ่มแกะสลักหินสวยงาม	กำไลหยก	ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	ไม่มี	แม่สาย
		ของที่ระลึก	ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	ไม่มี	แม่สาย
		เครื่องประดับหยก	ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	ไม่มี	แม่สาย
		งานแกะสลัก	ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	ไม่มี	แม่สาย
		พระพุทธรูป	ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	3	แม่สาย
83	กลุ่มจักสานบ้านสันชาตุ	ตะกร้าหวาย	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	แม่สาย
84	กลุ่มตัดเย็บชุดกีฬา	ชุดวอร์ม	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี	แม่สาย
	แม่บ้านหมู่ 7	เสื้อ-กางเกง ชุดกีฬา	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี	แม่สาย
		เสื้อยืด เสื้อโปโล	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี	แม่สาย
85	กลุ่มประดิษฐ์ไม้-จักสาน	ประดิษฐ์ดอกไม้	ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	3	แม่สาย
		ด้วยดินหอม			
		ยาหม่องน้ำ	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	3	แม่สาย
		หมวย่างสมุนไพร	อาหาร	3	แม่สาย
86	กลุ่มผ้าปักด้วยเม็ดเงิน	เสื้อผ้าสตรีพื้นเมือง	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	แม่สาย
		ผ้าพื้นเมืองสตรี	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	แม่สาย
87	กลุ่มผ้าปักพื้นเมือง	ผ้าปักพื้นเมือง	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี	แม่สาย
	ตานนา ชุมชนไม้ลุงชน	เสื้อผ้าสตรีพื้นเมือง	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี	แม่สาย



เขตช่วย ช่วยขำจริง

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับดาว	อำเภอ
88	กลุ่มไม้กวาดอิม	กวาดอิมคัต กวาดอิมประกอบ กวาดอิมสาน	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ไม่มี ไม่มี	แม่สาย
89	กลุ่มพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (กลุ่มสาขาน้ำ)	ขนมพูนสมุนไพร น้ำยาล้างจาน	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี ไม่มี	แม่สาย
90	กลุ่มพัฒนาสตรีบ้านป่าเหมือด (กลุ่มแปรรูปพริกสมุนไพร)	ถั่วสมุนไพร น้ำพริกข่า น้ำพริกตาแดง น้ำพริกเผ น้ำพริกแมงดา น้ำพริกดาบ	อาหาร อาหาร อาหาร อาหาร อาหาร อาหาร	ไม่มี ไม่มี ไม่มี 5 2 ไม่มี	แม่สาย แม่สาย แม่สาย แม่สาย แม่สาย แม่สาย
91	กลุ่มแม่บ้าน บ้านใหม่พัฒนา	เครื่องแกง น้ำพริกดาบ	อาหาร อาหาร	ไม่มี ไม่มี	แม่สาย แม่สาย
92	กลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านสันถนนเหนือ	ข้าวซ้อมมือ ศาลพระภูมิ	อาหาร ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	ไม่มี ไม่มี	แม่สาย แม่สาย
93	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสันถนนใต้	ขนมคอกจาก ขนมทองม้วน ขนมหัวแตก	อาหาร อาหาร อาหาร	ไม่มี ไม่มี ไม่มี	แม่สาย แม่สาย แม่สาย
94	กลุ่มแม่บ้านสันโค้ง	เสื่อกก	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	แม่สาย
95	กลุ่มสตรีบ้านทุ่งเก็ลียง	การบูรสมุนไพร จากรองแก้ว พวงกุญแจ หมอนชาตักกลิ้ง	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	3 3 3 3	แม่สาย แม่สาย แม่สาย แม่สาย
96	กลุ่มสหกรณ์สตรีเบอริ	น้ำลิ้นจี่ น้ำสตรอเบอรี่ ไวน์ผลไม้-สมุนไพร สตรอเบอรี่สด สตรอเบอรี่อบแห้ง	เครื่องดื่ม เครื่องดื่ม เครื่องดื่ม อาหาร อาหาร	ไม่มี ไม่มี ไม่มี ไม่มี ไม่มี	แม่สาย แม่สาย แม่สาย แม่สาย แม่สาย
97	กลุ่มเลือกพัฒนา	เสื่อบูโตะทอยกลาย เสื่อผืนแบบธรรมชาติ เสื่อพันทอยกลาย เสื่อพันไม้กลาย	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2 ไม่มี ไม่มี ไม่มี	แม่สาย แม่สาย แม่สาย แม่สาย
98	กลุ่มหัตถกรรมหวาย	ขันโตกหลากหลายขนาด ตะกร้าแบบต่าง ๆ ตะกร้าผลไม้ หูกกระเป๋ากลายแบบ	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี ไม่มี ไม่มี ไม่มี	แม่สาย แม่สาย แม่สาย แม่สาย
99	กลุ่มทำไม้กวาดทำศาลา	ไม้กวาดคอกหญ้า ไม้กวาด ไม้กวาดทางมะพร้าว ไม้ถูพื้น	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี ไม่มี ไม่มี ไม่มี	แม่สาย แม่สาย แม่สาย แม่สาย

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับดาว	อำเภอ
100	กลุ่มแม่บ้านห้วยไคร้ใหญ่ 7	ไข่เค็มสมุนไพร	อาหาร	ไม่มี	แม่สาย
101	น้ำจืดไฉน	ไวน์ผลไม้	เครื่องดื่ม	2	แม่สาย
		ผลไม้สด	อาหาร	3	แม่สาย
		ผลไม้อบแห้ง	อาหาร	2	แม่สาย
		น้ำหวาน	เครื่องดื่ม	3	แม่สาย
102	สหกรณ์สตรีขอเบอร์	น้ำดื่มจืด	เครื่องดื่ม	ไม่มี	แม่สาย
	จำกัด สาขา 3	น้ำดื่มขอเบอร์	เครื่องดื่ม	ไม่มี	แม่สาย
		ไวน์ผลไม้	เครื่องดื่ม	ไม่มี	แม่สาย
103	สิ่งหนึ่งแห่งสัปดาห์	พระแก้วมรกต	ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	4	แม่สาย
104	กลุ่มประดิษฐ์บ้านจืด	ตะกร้าจักสาน	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	แม่สาย
		ดอกไม้ดินเผา	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	แม่สาย
		ตะกร้าสานจาก	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	แม่สาย
		กระดาษทิชชู	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	แม่สาย
		ตะกร้าจาก	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	แม่สาย
		วัสดุเหลือใช้			
		น้ำพริกเผา	อาหาร	ไม่มี	แม่สาย
		ประดิษฐ์ดอกไม้	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	แม่สาย
		ด้วยดินหอม			
		ยาหม่องน้ำ	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี	แม่สาย
105	ไม่มีชื่อกลุ่ม	ของจำพวก	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	เวียงชัย
106	กลุ่มข้าวโพด	ผลิตภัณฑ์ดอกไม้	ศิลปประติมากรรมและของที่ระลึก	ไม่มี	เวียงชัย
	เพื่อการผลิตบ้านไร่แก้ว	จากข้าวโพด			
		พืชไร่-ปลูกข้าวโพด	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี	เวียงชัย
		ไวน์ผลไม้	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี	เวียงชัย
107	ตัดเย็บเสื้อผ้าพื้นเมือง	ผ้าพื้นเมืองสด	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	เวียงชัย
		ผ้าพื้นเมืองบุรุษ	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี	เวียงชัย
108	กลุ่มตัดเย็บหมวก	กระเป๋าสตางค์	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	3	เวียงชัย
	ควายบอยและกระเป๋าสตางค์	กระเป๋าสตางค์	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี	เวียงชัย
		กระเป๋าสตางค์	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี	เวียงชัย
		กระเป๋าสตางค์	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี	เวียงชัย
		ถุงมือ ถุงเท้าถุงนา	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	3	เวียงชัย
		หมวกควายบอย	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	3	เวียงชัย
109	กลุ่มทอผ้าบ้านท่าบันได	ผ้าทอ	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	เวียงชัย
110	กลุ่มทอผ้าบ้านเวียงเค็ม	ผ้าคลุมไหล่	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	เวียงชัย
		ผ้าพันคอ	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	ไม่มี	เวียงชัย
111	กลุ่มทอผ้าไหมไท่แก้ว	ผ้าไหมทอมือ	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย	2	เวียงชัย
112	กลุ่มแปรรูปผลไม้	กล้วยตากเครื่อง	อาหาร	2	เวียงชัย
	การเกษตร	ข้าวเกรียบฟักทอง	อาหาร	ไม่มี	เวียงชัย
		เบรกกแตก	อาหาร	ไม่มี	เวียงชัย
		เครื่องเทศบรรจุซอง	อาหาร	ไม่มี	เวียงชัย



เชิดช่วย ช่วยบัวรุ่ง

ลำดับ	ชื่อกลุ่ม	ผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	ระดับดาว	อำเภอ
113	กลุ่มแปรรูปกระทาช่า	มะแขว่นใส่ถุง	อาหาร	ไม่มี	เวียงชัย
		น้ำพริกป่น	อาหาร	ไม่มี	เวียงชัย
		ผสมเครื่องเทศ			
		กระทาช่า	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	4	เวียงชัย
114	กลุ่มผู้สูงอายุ โดยชุมชนวันพนาลัย	กล่องกระทาช่า	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	3	เวียงชัย
		ถุงกระทาช่า	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	เวียงชัย
		หินอ่อนปิกนิก	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	เวียงชัย
		เขานั่ง	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	เวียงชัย
115	กลุ่มเพาะเห็ดเหียงเคิม	ผ้าปูนั่งพระ	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	เวียงชัย
		ผ้าห่มนวม	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	เวียงชัย
		เห็ดนางฟ้า-นางรม	อาหาร	ไม่มี	เวียงชัย
		กระทาช่า	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	2	เวียงชัย
116	กองทุนชุมชนบ้านสันตติศ	ผลิตภัณฑ์จากสา	เครื่องใช้/เครื่องประดับตกแต่ง	ไม่มี	เวียงชัย
117	เกษตรก้าวหน้าไกล	น้ำตะไคร้	เครื่องดื่ม	ไม่มี	เวียงชัย
		หมวย่างสมุนไพร	อาหาร	ไม่มี	เวียงชัย
118	อาสาสมัครสาธารณสุข เวียงชัย	แชมพู	สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา	ไม่มี	เวียงชัย
119	อุตุรากลุ่มเลี้ยงไม้	ลูกกรง	ศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	2	เวียงชัย

ที่มา : อรรณพ จำพุฒ และคณะ (2550)

ตารางที่ 3-11 รูปแบบการรวมกลุ่มธุรกิจผลิต และประกอบการค้าสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

รูปแบบการรวมกลุ่มธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
1. กลุ่มอาชีพ/กลุ่มแม่บ้าน	327	81.75
2. ชุมชน	5	1.25
3. สมาคม	0	0
4. สหกรณ์	43	10.75
5. มูลนิธิ	1	0.25
6. บริษัท/ห้างหุ้นส่วน	5	1.25
7. อื่นๆ	17	4.25
8. ไม่เลือก	2	0.50
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรณพ จำพุฒ และคณะ (2550)

รูปแบบการรวมธุรกิจเป็นกลุ่มอาชีพ/กลุ่มแม่บ้าน 327 ราย (ร้อยละ 81.75) ชุมชน 5 ราย (ร้อยละ 1.25) สหกรณ์ 43 ราย (ร้อยละ 10.75) มูลนิธิจำนวน 1 ราย (ร้อยละ 0.25) บริษัท/ห้างหุ้นส่วน 5 ราย (ร้อยละ 1.25) อื่นๆ 17 ราย (ร้อยละ 4.25) ไม่เลือก 2 ราย (ร้อยละ 0.50)

ตารางที่ 3-12 สถานะของกลุ่มผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

สถานะของกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
1. กลุ่มผู้ผลิตของชุมชน	335	83.75
2. จดทะเบียน SMEs	14	3.50
3. กลุ่มผู้ผลิตของชุมชนและจดทะเบียน SMEs	8	2.00
4. ไม่เลือก	43	10.75
รวม	400	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

สถานะของกลุ่มเป็นกลุ่มผู้ผลิตของชุมชน 335 ราย (ร้อยละ 83.75) จดทะเบียน SMEs 14 ราย (ร้อยละ 3.5) กลุ่มผู้ผลิตของชุมชนและจดทะเบียน SMEs 8 ราย (ร้อยละ 2) ไม่เลือก 43 ราย (ร้อยละ 10.75)

ตารางที่ 3-13 ระยะเวลาเปิดดำเนินการของกลุ่มผลิต/จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ (ปี)	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ปี - 6 ปี	342	85.50
7 - 12	36	9.00
13- 18	12	3.00
19 - 24	1	0.25
25 - 30	1	0.25
31 -36	2	0.50
ไม่เลือก	6	1.50
รวม	400	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

ระยะเวลาเปิดดำเนินการ น้อยกว่า 1-6 ปี 342 ราย (ร้อยละ 85.50) ระหว่าง 7-12 ปี 36 ราย (ร้อยละ 9) ระหว่าง 13-18 ปี 12 ราย (ร้อยละ 3) ระหว่าง 19-24 ปี 1 ราย (ร้อยละ 0.25) ระหว่าง 25-30 ปี 1 ราย (ร้อยละ 0.25) ระหว่าง 31-36 ปี 2 ราย (ร้อยละ 0.50) ไม่เลือก 6 ราย (ร้อยละ 1.50)



ตารางที่ 3-14 จำนวนสมาชิกของกลุ่มผลิต
และจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

จำนวนสมาชิก (คน)	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เลือก	6	1.50
1 - 20	181	45.25
21 - 40	154	38.50
41 - 60	50	12.50
61 - 80	5	1.25
81 - 100	0	0.00
101 - 120	1	0.25
121 - 140	0	0.00
141 - 160	2	0.50
161 - 180	0	0.00
180 - 200	0	0.00
มากกว่า 200	1	0.25
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรรรณ จำพุม และคณะ (2550)

จำนวนสมาชิกระหว่าง 1-20 คน 181 ราย (ร้อยละ 45.25) ระหว่าง 21-40 คน 154 ราย (ร้อยละ 38.50) ระหว่าง 41-60 คน 50 ราย (ร้อยละ 12.50) ระหว่าง 61-80 คน 5 ราย (ร้อยละ 1.25) ระหว่าง 81-100 คน 0 ราย (ร้อยละ 0) ระหว่าง 101-120 คน 1 ราย (ร้อยละ 0.25) ระหว่าง 121-140 คน 0 ราย (ร้อยละ 0) ระหว่าง 141-160 คน 2 ราย (ร้อยละ 0.50) ระหว่าง 161-180 คน 0 ราย (ร้อยละ 0) ระหว่าง 180-200 คน 0 ราย (ร้อยละ 0) มากกว่า 200 คน 1 ราย (ร้อยละ 0.25) ไม่เลือก 6 ราย (ร้อยละ 1.50)

ตารางที่ 3-15 แหล่งเงินทุนของกลุ่มผลิต
และจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
1. กองทุนหมู่บ้าน	135	33.33
2. อื่นๆ (ทุนส่วนตัว/ ธ.ก.ส./ งบประมาณจาก อบต./ เทศบาล/จากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ)	270	66.67
รวม	405	100.00

ที่มา : อรรรรณ จำพุม และคณะ (2550)

แหล่งเงินทุน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามได้แหล่งเงินทุนจากหลายแหล่ง จึงสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยมาจากกองทุนหมู่บ้านจำนวน 135 ราย (ร้อยละ 33.33) อื่นๆ (เช่น ทุนส่วนตัว เงินกู้ ธ.ก.ส.งบประมาณจาก อบต. งบประมาณจากเทศบาล และเงินสนับสนุนจากโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ) 270 ราย (ร้อยละ 67.67)

ตารางที่ 3-16 สถานะของตราสินค้าของกลุ่มผลิต
และจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ตราสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. มีตราสินค้า	125	31.25
2. ไม่มีตราสินค้า	275	68.75
รวม	400	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อมีจำนวน 125 ราย (ร้อยละ 31.25) ไม่มีตราสินค้า 275 ราย (ร้อยละ 68.75)

ตารางที่ 3-17 รูปแบบสินค้า

รูปแบบสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่มีการพัฒนารูปแบบ	37	9.25
2. มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อย นานๆ ครั้ง	145	36.25
3. มีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอ	202	50.50
4. ไม่เลือก	16	4.00
รวม	400	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

รูปแบบของสินค้าไม่มีการพัฒนารูปแบบจำนวน 37 ราย (ร้อยละ 9.25) มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงบ้างเล็กน้อย นานๆ ครั้ง 145 ราย (ร้อยละ 36.25) มีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอ 202 ราย (ร้อยละ 50.50) ไม่เลือก 16 ราย (ร้อยละ 4)



ตารางที่ 3-18 การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1. ตามคู่แข่ง	2	0.42
2. ตามคำสั่งของลูกค้า	241	51.06
3. ตามคำแนะนำของนักออกแบบหรือเจ้าหน้าที่ราชการ	42	8.90
4. ตามความคิดเห็นและความสามารถของสมาชิกในกลุ่ม	183	38.77
5. อื่น ๆ	4	0.85
รวม	472	100.00

ที่มา : อรรถพร จำพูน และคณะ (2550)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ตามคู่แข่งจำนวน 2 ราย (ร้อยละ 0.42) ตามคำสั่งของลูกค้า 241 ราย (ร้อยละ 51.06) ตามคำแนะนำของนักออกแบบหรือเจ้าหน้าที่ราชการ 42 ราย (ร้อยละ 8.90) ตามความคิดเห็นและความสามารถของสมาชิกในกลุ่ม 183 ราย (ร้อยละ 38.77) และอื่นๆ 4 ราย (ร้อยละ 0.85)

ตารางที่ 3-19 รูปแบบบรรจุภัณฑ์

รูปแบบบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1. รูปแบบมาตรฐานสากลเชิงการค้า	41	10.25
2. รูปแบบง่าย ๆ รักษาคุณภาพสินค้าได้ระยะหนึ่งแต่ขาดรายละเอียดที่ควรระบุตามมาตรฐาน	80	20.00
3. รูปแบบเบื้องต้น ธรรมดา เช่น กล่อง ถุง ฯลฯ	162	40.50
4. ไม่มีบรรจุภัณฑ์	110	27.50
5. ไม่เลือก	7	1.75
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรถพร จำพูน และคณะ (2550)

รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นรูปแบบมาตรฐานสากลเชิงการค้าจำนวน 41 ราย (ร้อยละ 10.25) รูปแบบง่าย ๆ รักษาคุณภาพสินค้าได้ระยะหนึ่งแต่ขาดรายละเอียดที่ควรระบุตามมาตรฐาน 80 ราย (ร้อยละ 20) รูปแบบเบื้องต้น ธรรมดา เช่น กล่อง ถุง เป็นต้น 162 ราย (ร้อยละ 40.50) ไม่มีบรรจุภัณฑ์จำนวน 110 ราย (ร้อยละ 27.50) ไม่เลือก 7 ราย (ร้อยละ 1.75)

ตารางที่ 3-20 คุณภาพสินค้า

คุณภาพสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มาก	46	11.50
ปานกลาง	341	85.25
น้อย	7	1.75
ไม่เลือก	6	1.50
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรถวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

จากการสำรวจคุณภาพสินค้า ผู้ขายคิดว่าผลิตภัณฑ์ของตัวเองมีคุณภาพมาก 46 ราย (ร้อยละ 11.50) มีคุณภาพปานกลาง 341 ราย (ร้อยละ 85.25) มีคุณภาพน้อย 7 ราย (ร้อยละ 1.75) ไม่เลือก 6 ราย (ร้อยละ 1.50)

ตารางที่ 3-21 การขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

การขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มาก	57	14.25
ปานกลาง	159	39.75
น้อย	140	35.00
ไม่มีปัญหา	37	9.25
ไม่เลือก	7	1.75
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรถวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจปัญหาการขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่พบว่า อยู่ในระดับมาก 57 ราย (ร้อยละ 14.25) อยู่ในระดับปานกลาง 159 ราย (ร้อยละ 39.75) อยู่ในระดับน้อย 140 ราย (ร้อยละ 35) ไม่มีปัญหา 37 ราย (ร้อยละ 9.25) และไม่เลือก 7 ราย (ร้อยละ 1.75)

ตารางที่ 3-22 ผลกระทบขาดมาตรฐานไม่เป็นที่ยอมรับ

ผลกระทบขาดมาตรฐานไม่เป็นที่ยอมรับ	จำนวน	ร้อยละ
มาก	53	13.25
ปานกลาง	125	31.25
น้อย	149	37.25
ไม่มีปัญหา	63	15.75
ไม่เลือก	10	2.50
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรถวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)



การสำรวจปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ชาตามาตรฐานและไม่เป็นที่ยอมรับ พบว่า อยู่ในระดับมาก 53 ราย (ร้อยละ 13.25) ระดับปานกลาง 125 ราย (ร้อยละ 31.25) ระดับน้อย 149 ราย (ร้อยละ 37.25) ระดับที่ไม่มีปัญหา 63 ราย (ร้อยละ 15.75) และไม่เลือก 10 ราย (ร้อยละ 2.50)

ตารางที่ 3-23 การขาดเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

การขาดเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	จำนวน	ร้อยละ
มาก	187	46.75
ปานกลาง	153	38.25
น้อย	14	3.50
ไม่มีปัญหา	34	8.50
ไม่เลือก	12	3.00
รวม	400	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพูน และคณะ (2550)

การสำรวจการขาดเงินทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ อยู่ในระดับมาก 187 ราย (ร้อยละ 46.75) ระดับปานกลาง 153 ราย (ร้อยละ 38.25) ระดับน้อย 14 ราย (ร้อยละ 3.50) ระดับที่ไม่มีปัญหา 34 ราย (ร้อยละ 8.50) และไม่เลือก 12 ราย (ร้อยละ 3)

3.7.3 การตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย ใช้การสำรวจวิจัยจากการกำหนดราคาสินค้า การกำหนดระดับของสินค้า วิธีการจำหน่ายสินค้า การให้เครดิตแก่ลูกค้า ความเหมาะสมของการกำหนดราคา ช่องทางการจำหน่าย และพื้นที่ในการจำหน่าย ได้ผลการสำรวจดังนี้

ตารางที่ 3-24 การกำหนดราคาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

วิธีการกำหนดราคาสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. ตั้งตามเป้าหมายในการทำกำไร	69	14.97
2. ตั้งตามผู้นำตลาด	19	4.12
3. ตั้งตามความต้องการตลาด	61	13.23
4. ตั้งตามต้นทุน	294	63.77
5. ตั้งตามคู่แข่งชั้น	6	1.30
6. อื่นๆ	5	1.08
7. ไม่เลือก	7	1.52
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรพรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจวิธีการกำหนดราคาสินค้าตั้งตามเป้าหมายในการทำกำไร 69 ราย (ร้อยละ 14.97) ตั้งตามผู้นำตลาด 19 ราย (ร้อยละ 4.12) ตั้งตามความต้องการตลาด 61 ราย (ร้อยละ 13.23) ตั้งตามต้นทุน 294 ราย (ร้อยละ 63.77) ตั้งตามคู่แข่งชั้น 6 ราย (ร้อยละ 1.30) กำหนดราคาคด้วยเหตุผลอื่น 5 ราย (ร้อยละ 1.08) และไม่เลือกคำตอบใด 7 ราย (ร้อยละ 1.52)

ตารางที่ 3-25 การกำหนดระดับราคาสินค้า

การกำหนดระดับราคาสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. สูงกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน	25	6.25
2. เท่ากับกลุ่มสินค้าของผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน	191	47.75
3. ต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน	182	45.50
4. ไม่เลือก	2	0.50
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรพรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจการกำหนดระดับราคาสินค้าสูงกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน พบว่ามี 25 ราย (ร้อยละ 6.25) กำหนดราคาเท่ากับกลุ่มสินค้าของผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน 191 ราย (ร้อยละ 47.75) กำหนดราคาต่ำกว่าผู้ขายรายอื่นในกลุ่มสินค้าเดียวกัน 182 ราย (ร้อยละ 45.50) ไม่เลือก 2 ราย (ร้อยละ 0.50)



ตารางที่ 3-26 วิธีการจำหน่ายสินค้า

วิธีการจำหน่ายสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. ขายเงินสด	161	40.25
2. ขายเงินเชื่อ	6	1.50
3. ขายทั้งเงินสดและเงินเชื่อ	230	57.50
4. ไม่เลือก	3	0.75
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรถรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจวิธีการจำหน่ายสินค้า พบว่า ขายแบบเงินสด 161 ราย (ร้อยละ 40.25) ขายแบบเงินเชื่อ 6 ราย (ร้อยละ 1.50) ขายทั้งเงินสดและเงินเชื่อ 230 ราย (ร้อยละ 57.50) และไม่เลือกตอบข้อใด 3 ราย (ร้อยละ 0.75)

ตารางที่ 3-27 วิธีการให้เครดิตแก่ลูกค้า

วิธีการให้เครดิตแก่ลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. น้อยกว่า 15 วัน	56	14.00
2. 16-30 วัน	148	37.00
3. 31-45 วัน	44	11.00
4. มากกว่า 45 วัน	33	8.25
5. ให้ทุกกรณี	2	0.50
6. ไม่เลือก	117	29.25
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรถรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจวิธีการให้เครดิตแก่ลูกค้า พบว่า มีการให้เครดิตน้อยกว่า 15 วัน 56 ราย (ร้อยละ 14) ให้เครดิตระหว่าง 16-30 วัน 148 ราย (ร้อยละ 37) ให้เครดิตระหว่าง 31-45 วัน 44 ราย (ร้อยละ 11) ให้เครดิตมากกว่า 45 วัน 33 ราย (ร้อยละ 8.25) ให้เครดิตได้ทุกกรณี 2 ราย (ร้อยละ 0.50) และไม่เลือกตอบข้อใด 117 ราย (ร้อยละ 29.25)

ตารางที่ 3-28 ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า

ปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
มาก	21	5.25
ปานกลาง	164	41.00
น้อย	154	38.50
ไม่มีปัญหา	33	8.25
ไม่เลือก	28	7.00
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรถธรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจปัญหาเกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้า พบว่า อยู่ในระดับมีปัญหามาก 21 ราย (ร้อยละ 5.25) ระดับปัญหปานกลาง 164 ราย (ร้อยละ 41) ระดับปัญหาน้อย 154 ราย (ร้อยละ 38.50) ระดับที่ไม่มีปัญหา 33 ราย (ร้อยละ 8.25) และไม่เลือกตอบข้อใด 28 ราย (ร้อยละ 7)

ตารางที่ 3-29 ความเหมาะสมทางด้านราคา

ความเหมาะสมทางด้านราคา	จำนวน	ร้อยละ
มาก	49	12.25
ปานกลาง	329	82.25
น้อย	13	3.25
ไม่เลือก	9	2.25
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรถธรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจความเหมาะสมด้านราคาสินค้า พบว่า มีความเหมาะสมมาก 49 ราย (ร้อยละ 12.25) มีความเหมาะสมปานกลาง 329 ราย (ร้อยละ 82.25) มีความเหมาะสมน้อย 13 ราย (ร้อยละ 3.25) และไม่เลือกตอบข้อใด 9 ราย (ร้อยละ 2.25)



ตารางที่ 3-30 วิธีการขายผลิตภัณฑ์

วิธีการขายผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1. ขายปลีก	302	42.78
2. ขายส่ง	270	38.24
3. ฝากขาย	108	15.30
4. อื่นๆ	26	3.68
รวม	706	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา : อรวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจวิธีการขายผลิตภัณฑ์ พบว่า ใช้วิธีการขายปลีก 302 ราย (ร้อยละ 42.78) ขายส่ง 270 ราย (ร้อยละ 38.24) ฝากขาย 108 ราย (ร้อยละ 15.30) และอื่นๆ 26 ราย (ร้อยละ 3.68)

ตารางที่ 3-31 พื้นที่ในการจัดจำหน่าย

พื้นที่ในการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
1. ร้านค้าชุมชน	310	45.93
2. ตลาดภายในจังหวัด	211	31.26
3. ตลาดต่างจังหวัด	138	20.44
4. ตลาดต่างประเทศ	16	2.37
รวม	675	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจพื้นที่ในการจัดจำหน่าย พบว่า เป็นร้านค้าชุมชน 310 ราย (ร้อยละ 45.93) ตลาดภายในจังหวัด 211 ราย (ร้อยละ 31.26) ตลาดต่างจังหวัด 138 ราย (ร้อยละ 20.44) ตลาดต่างประเทศ 16 ราย (ร้อยละ 2.37)

ตารางที่ 3-32 ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย

ลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
1. กลุ่ม(ผู้จำหน่าย) > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค	286	38.70
2. กลุ่ม(ผู้จำหน่าย) > ผู้ค้าปลีก > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค	245	33.15
3. กลุ่ม(ผู้จำหน่าย) > ผู้ค้าส่ง > ผู้ค้าปลีก > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค	206	27.88
4. อื่นๆ	2	0.27
รวม	739	100.00

หมายเหตุ : สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ที่มา : อรวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจลักษณะช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มผู้จำหน่าย > ผู้ซื้อ หรือผู้บริโภคมี 286 ราย (ร้อยละ 38.70) กลุ่มผู้จำหน่าย > ผู้ค้าปลีก > ผู้ซื้อ หรือผู้บริโภค มี 245 ราย (ร้อยละ 33.15) กลุ่มผู้จำหน่าย > ผู้ค้าส่ง > ผู้ค้าปลีก > ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมี 206 ราย ร้อยละ 27.88 และอื่นๆ มี 2 ราย (ร้อยละ 0.27)

ตารางที่ 3-33 วิธีการจำหน่ายสินค้า

วิธีการจำหน่ายสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. ที่ทำการหรือร้านค้าของชุมชน	297	39.65
2. ศูนย์จำหน่ายที่ทางราชการจังหวัดสร้างให้	168	22.43
3. ร่วมงานแสดงสินค้าชุมชน ที่ราชการหรือเอกชนจัดขึ้น	264	35.25
4. อื่นๆ	20	2.67
รวม	749	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพูน และคณะ (2550)

การสำรวจวิธีการจำหน่ายสินค้า พบว่า เป็นที่ทำการหรือร้านค้าของชุมชน 297 ราย (ร้อยละ 39.65) ศูนย์จำหน่ายที่ทางราชการจังหวัดสร้างให้ 168 ราย (ร้อยละ 22.43) เข้าร่วมในงานแสดงสินค้าชุมชนที่ภาคราชการหรือเอกชนจัดขึ้น 264 ราย (ร้อยละ 35.25) อื่นๆ 20 ราย (ร้อยละ 2.67)

ตารางที่ 3-34 ความเหมาะสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ความเหมาะสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
1. มาก	44	11.00
2. ปานกลาง	337	84.25
3. น้อย	8	2.00
4. ไม่เลือก	11	2.75
รวม	400	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพูน และคณะ (2550)

ความเหมาะสมทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมาก จำนวน 44 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.00 ปานกลาง จำนวน 337 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.25 น้อย จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.00 ไม่เลือก จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.75



ตารางที่ 3-35 วิธีการหาลูกค้า

วิธีการหาลูกค้า	จำนวน	ร้อยละ
1. หาลูกค้าเองผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขาย	370	59.58
2. หน่วยราชการและองค์กรต่างๆ แนะนำให้	222	35.75
3. อื่นๆ	29	4.67
รวม	621	100.00

ที่มา : อรรณพ จำพูน และคณะ (2550)

การสำรวจวิธีการหาลูกค้า พบว่า เป็นแบบหาลูกค้าเองผ่านกิจกรรมส่งเสริมการขาย 370 ราย (ร้อยละ 59.58) หน่วยราชการและองค์กรต่างๆ แนะนำให้ 222 ราย (ร้อยละ 35.75) และอื่นๆ 29 ราย (ร้อยละ 4.67)

ตารางที่ 3-36 วิธีการหาลูกค้าต่างประเทศ

วิธีการหาลูกค้าต่างประเทศ	จำนวน	ร้อยละ
1. หาลูกค้าเองด้วยกิจกรรมส่งเสริมการขาย	139	30.35
2. หน่วยราชการและองค์กรต่างๆ แนะนำให้	107	23.36
3. ติดต่อให้หน่วยราชการและองค์กรต่างๆ แนะนำให้	65	14.19
4. อื่นๆ	147	32.10
รวม	458	100.00

ที่มา : อรรณพ จำพูน และคณะ (2550)

การสำรวจวิธีการหาลูกค้าต่างประเทศ พบว่า หาลูกค้าเองด้วยกิจกรรมส่งเสริมการขาย 139 ราย (ร้อยละ 30.35) หน่วยราชการและองค์กรต่างๆ แนะนำให้ 107 ราย (ร้อยละ 23.36) ติดต่อให้หน่วยราชการและองค์กรต่างๆ แนะนำให้ 65 ราย (ร้อยละ 14.19) และอื่นๆ 147 ราย (ร้อยละ 32.10)



ตารางที่ 3-37 กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มผลิต
และจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของกลุ่ม OTOP	จำนวน	ร้อยละ
1. ลูกค้าหรือผู้บริโภคในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง	338	48.35
2. ลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว	305	43.63
3. ลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างประเทศ	56	8.01
รวม	699	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพูน และคณะ (2550)

การสำรวจเรื่องกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า เป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกชุมชนและบริเวณใกล้เคียง 338 ราย (ร้อยละ 48.35) ลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างจังหวัดและนักท่องเที่ยว 305 ราย (ร้อยละ 43.63) ลูกค้าหรือผู้บริโภคนอกต่างประเทศ 56 ราย (ร้อยละ 8.01)

ตารางที่ 3-38 ปัญหาด้านขาดความรู้ด้านการตลาด

ปัญหาด้านขาดความรู้ด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. มาก	144	29.03
2. ปานกลาง	169	34.07
3. น้อย	169	34.07
4. ไม่มีปัญหา	8	1.61
5. ไม่เลือก	6	1.21
รวม	496	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพูน และคณะ (2550)

การสำรวจปัญหาด้านการขาดความรู้ด้านการตลาด พบว่า อยู่ในระดับมาก 144 ราย (ร้อยละ 29.03) ระดับปานกลาง 169 ราย (ร้อยละ 34.07) ระดับน้อย 169 ราย (ร้อยละ 34.07) ไม่มีปัญหา 8 ราย (ร้อยละ 1.61) และไม่เลือกตอบข้อใด 6 ราย (ร้อยละ 1.21)



ตารางที่ 3-39 ปัญหาด้านขาดสถานที่การจัดจำหน่าย

ปัญหาด้านขาดสถานที่การจัดจำหน่าย	จำนวน	ร้อยละ
1. มาก	169	42.25
2. ปานกลาง	147	36.75
3. น้อย	45	11.25
4. ไม่มีปัญหา	30	7.50
5. ไม่เลือก	9	2.25
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรถรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจปัญหาด้านขาดสถานที่การจัดจำหน่าย พบว่า ประสบปัญหามาก 169 ราย (ร้อยละ 42.25) ประสบปัญหปานกลาง 147 ราย (ร้อยละ 36.75) ประสบปัญหาน้อย 45 ราย (ร้อยละ 11.25) ไม่มีปัญหา 30 ราย (ร้อยละ 7.50) และไม่เลือกตอบข้อใด 9 ราย (ร้อยละ 2.25)

ตารางที่ 3-40 ปัญหาการขาดเงินทุนในการดำเนินงานทางการตลาด

การขาดเงินทุนในการดำเนินงานทางการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. มาก	238	59.50
2. ปานกลาง	136	34.00
3. น้อย	15	3.75
4. ไม่มีปัญหา	6	1.50
5. ไม่เลือก	5	1.25
รวม	400	100.00

ที่มา : อรรถรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

ปัญหาการขาดเงินทุนในการดำเนินงานทางการตลาด พบว่า มีปัญหามาก 238 ราย (ร้อยละ 59.50) ปัญหาปานกลาง 136 ราย (ร้อยละ 34) ปัญหาน้อย 15 ราย (ร้อยละ 3.75) ไม่มีปัญหจำนวน 6 ราย (ร้อยละ 1.50) ไม่เลือกจำนวน 5 ราย (ร้อยละ 1.25)

ตารางที่ 3-41 ปัญหาการขาดความรู้ด้านการส่งเสริมการตลาด

ปัญหาการขาดความรู้ด้านการส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. มาก	191	47.75
2. ปานกลาง	136	34.00
3. น้อย	56	14.00
4. ไม่มีปัญหา	6	1.50
5. ไม่เลือก	11	2.75
รวม	400	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจปัญหาการขาดความรู้ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีปัญหา มาก 191 ราย (ร้อยละ 47.75) มีปัญหปานกลาง 136 ราย (ร้อยละ 34) มี ปัญหา น้อย 56 ราย (ร้อยละ 14) ไม่มีปัญหา 6 ราย (ร้อยละ 1.50) และไม่เลือก ตอบข้อใด 11 ราย (ร้อยละ 2.75)

ตารางที่ 3-42 การส่งเสริมการตลาด

การส่งเสริมการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. ไม่มี	90	22.50
2. มี	310	77.50
รวม	400	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)

การสำรวจการส่งเสริมการตลาด พบว่า ไม่มีมีการส่งเสริมการตลาด 90 ราย (ร้อยละ 22.50) มีการส่งเสริมการตลาด 310 ราย (ร้อยละ 77.50)

ตารางที่ 3-43 วิธีการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

วิธีการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
1. โฆษณา เช่น บ้าย หนังสือพิมพ์ ไปปลิว เป็นต้น	78	9.41
2. ขายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชน	291	35.10
3. ส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม ฯลฯ	37	4.46
4. การประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้า และกลุ่มชุมชนแก่สื่อมวลชน	131	15.80
5. การจัดทำ Website ของกลุ่มชุมชน	15	1.81
6. การร่วมงานแสดงสินค้า	269	32.45
7. อื่นๆ	8	0.97
รวม	829	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพุฒ และคณะ (2550)



วิธีการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่า ใช้การโฆษณาส่งเสริมการขาย เช่น บ้ายโฆษณา หนังสือพิมพ์ ใบปลิว เป็นต้น จำนวน 78 ราย (ร้อยละ 9.41) ส่งเสริมการขายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชน 291 ราย (ร้อยละ 35.10) ส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น 37 ราย (ร้อยละ 4.46) การประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข่าวเกี่ยวกับสินค้าและกลุ่มชุมชนแก่สื่อมวลชน 131 ราย (ร้อยละ 15.80) การจัดทำ Website ของกลุ่มชุมชน 15 ราย (ร้อยละ 1.81) การร่วมงานแสดงสินค้า 269 ราย (ร้อยละ 32.45) และอื่นๆ 8 ราย (ร้อยละ 0.97)

ตารางที่ 3-44 วิธีการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์

วิธีการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1. โทรทัศน์	10	2.75
2. หนังสือพิมพ์	1	0.27
3. วิทยู	27	7.42
4. ใบปลิว	188	51.65
5. เว็บไซต์	23	6.32
6. ภาคอื่นๆ	115	31.59
รวม	364	100.00

ที่มา : อรวรรณ จำพูน และคณะ (2550)

วิธีการโฆษณาขายผลิตภัณฑ์ทางโทรทัศน์ 10 ราย (ร้อยละ 2.75) หนังสือพิมพ์ 1 ราย (ร้อยละ 0.27 วิทยู 27 ราย (ร้อยละ 7.42) ใบปลิว 188 ราย (ร้อยละ 51.65) เว็บไซต์ 23 ราย (ร้อยละ 6.32) ภาคอื่นๆ 115 ราย (ร้อยละ 31.59)

3.7.4 ความคาดหวังต่อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของนักท่องเที่ยว

ผลการสำรวจความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดเชียงราย ด้านทัศนคติที่มีต่อธรรมชาติ ความคงทน ความสวยงาม ธรรมชาติ และปัจจัยอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์และบริการพบว่า

3.7.4.1 ผู้ซื้อชาวไทย

- ด้านคุณภาพ ผู้ซื้อชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางขึ้นไป
- ด้านราคา ผู้ซื้อชาวไทยส่วนใหญ่เห็นว่ามีความเหมาะสมในระดับปานกลาง และมีน้อยรายที่เห็นว่ามีความเหมาะสมด้านราคาอยู่ในระดับน้อย เนื่องจากมีสินค้าบางชนิดราคาแพง ทั้งนี้เนื่องจากมีกรรมวิธีการผลิตที่ยาก มีความประณีต วิจิตรงดงาม
- ด้านช่องทางจำหน่าย ผู้ซื้อชาวไทยมักหาซื้อสินค้าได้ยาก เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดศูนย์กลางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีเพียงศูนย์ศูนย์กลางจำหน่ายของอำเภอพาน แต่ก็ยังเป็นศูนย์ขนาดเล็กที่มีผลิตภัณฑ์จำหน่ายอยู่น้อย เนื่องจากผู้ประกอบการมีอาชีพหลัก คือ ทำนา อย่างไรก็ตาม ทางราชการได้จัดงานแสดงสินค้าบ่อยครั้งขึ้น ทำให้สามารถซื้อหาสินค้าได้ง่ายและสะดวกขึ้น เช่น ในอำเภอเวียงชัย มีการจำหน่ายที่ร้านค้าของชุมชน แต่ยังค่อนข้างหายากและเป็นที่รู้จักน้อย ขณะที่อำเภอแม่สายมีร้านค้าของชุมชนอยู่ในท่าเลที่ดี คือ อยู่ติดถนนสายหลัก ซึ่งสะดวกต่อการแวะซื้อและพบเจอได้ง่าย ของนักท่องเที่ยวนอกจากนี้ ยังมีวางจำหน่ายอยู่ในห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ (เทสโก้ โลตัส) ดังนั้น กล่าวได้ว่า ช่องทางจำหน่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลางถึงค่อนข้างมาก ส่วนร้านค้าบางแห่งที่เป็นแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบปัญหาการเข้าถึงยากและไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก เนื่องจากตั้งอยู่ในซอยที่หายาก ไม่มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนและต่อเนื่อง หรืออยู่ในหมู่บ้านที่หายาก
- ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ซื้อคนไทยได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จากป้ายเชิญชวนร่วมงานที่ทางจังหวัดได้แขวนไว้เป็นจุดๆ ขายโดยพนักงานหรือสมาชิกในชุมชน การส่งเสริมการขายที่เป็นอยู่ เช่น การลด-แลก-แจก-แถม การประชาสัมพันธ์ เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและกลุ่มผู้ประกอบการแก่สื่อมวลชน การจัดทำเว็บไซต์ของกลุ่มชุมชน และออกงานแสดงสินค้า เป็นต้น



- ผู้ซื้อได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทางสื่อต่างๆ ได้แก่ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร วารสาร ใบปลิว เว็บไซต์ และอื่นๆ ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน
- การรับประกัน/ส่งคืนสินค้า ยังเป็นไปเฉพาะผลิตภัณฑ์บางชนิด บางยี่ห้อ เท่านั้น
- การส่งเสริมการขายมีความเหมาะสม มีผู้ซื้อบางรายเท่านั้นที่คิดว่าไม่เหมาะสม ซึ่งหากมองทางด้านผู้ขายแล้ว จะเห็นว่าผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่มีกำไรไม่มาก จึงไม่สามารถส่งเสริมการขายตรงตามความต้องการของผู้ซื้อได้มากนัก

3.7.4.2 ผู้ซื้อชาวต่างประเทศ

จากการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแหล่งท่องเที่ยวตัวแทนบางแหล่ง เช่น วัดร่องขุน เชียงรายไนท์บาร์ซาร์ ท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดเชียงราย เป็นต้น จำนวน 50 ราย ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป พบว่า

- ความมีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวยังประเทศไทยมากกว่า 2 ครั้ง มีทั้งที่รู้จักและไม่รู้จักผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน
- กลุ่มที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มักซื้อสินค้าจำพวกเครื่องใช้เครื่องประดับ อาหาร ศิลปะประติมากรรม ของที่ระลึก ผ้าทอ และสมุนไพร
- คุณภาพส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจ โดยส่วนใหญ่ตอบว่าอยู่ในระดับดี
- ด้านบรรจุภัณฑ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าอยู่ในระดับดี
- ด้านการจัดระดับผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าอยู่ในระดับดีถึงดีมาก
- ด้านราคา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าราคามีความสมเหตุสมผลและยุติธรรม



- ด้านมูลค่าเทียบกับราคา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่าอยู่ในระดับดี
- ด้านสถานที่ซื้อ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่า ส่วนใหญ่มักหาซื้อสินค้าได้จากร้านค้าชุมชน ศูนย์จำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของอำเภอ ร้านขายสินค้าของฝากที่ตั้งอยู่ติดกับทางหลวง และการออกงานแสดงสินค้าที่ทางราชการหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันจัดขึ้น
- ด้านความสะดวกในการซื้อหา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่ามีความสะดวกดี
- ด้านการรับรู้ข่าวสารของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตอบว่ารับรู้จากสื่อหลากหลายช่องทาง

3.7.4.3 ความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับการโฆษณาของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับการโฆษณาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยนักท่องเที่ยวให้ทัศนคติโดยรวมว่า

- การโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีความชัดเจนและดี
- ไม่เคยเห็นการโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- คิดว่าไม่จำเป็นต้องมีการโฆษณา เพราะชอบไปหาซื้อจากท้องถิ่น เช่น งานหัตถกรรม ถึงแม้ว่าบรรจุภัณฑ์จะไม่ค่อยดี แต่ก็พึงพอใจ
- เห็นโฆษณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากมาย แต่ถ้าจะให้ดี ควรจะมีการอธิบายให้ละเอียดขึ้นก็จะดีมาก
- คิดว่าการโฆษณายังไม่เพียงพอ
- คิดว่าควรมีการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการผลิต
- การส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากเห็นว่าการเพิ่มปริมาณมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าส่วนการให้ของแถม การลดราคา การส่งเสริมการขายวิธีอื่นๆ ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบในระดับที่เท่ากัน



- การรับประกัน/ส่งคืนสินค้าไม่ได้บางอย่าง
- ความเหมาะสมทางด้านการส่งเสริมการขายปานกลางถึงมาก
- แนวโน้มที่จะมาซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อีก ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากมีแนวโน้มที่จะกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับที่มาก นอกจากนี้ เป็นกลุ่มที่ไม่ออกความเห็น
- ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคาดหวังในด้านคุณภาพรูปแบบบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด และลักษณะผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ในด้านราคาผู้ให้สัมภาษณ์คาดหวังที่จะได้ซื้อผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในราคาที่ยุติธรรม แต่มีเพียงผู้ให้สัมภาษณ์รายเดียวเท่านั้นที่คาดหวังด้านราคาว่าควรอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวเน้นที่ผลิตภัณฑ์ เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการแล้วยินดีจ่ายให้เหมาะสมตามคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ในด้านช่องทางการจำหน่ายนั้นมี 1 คนที่คาดหวังให้มีการกระจายการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างกว้างขวาง มี 3 คนที่ต้องการให้มีศูนย์กลางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และมี 15 คน ที่ต้องการให้วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ยังแหล่งจำหน่ายที่สะดวกต่อผู้ซื้อ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น มีผู้ซื้อ 8 รายที่คาดหวังให้มีการส่งเสริมการตลาด และคิดว่าควรจัดให้มีการส่งเสริมการตลาดอย่างมาก

3.8 ศักยภาพของหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์พื้นบ้านในการสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

ในการศึกษาของ ปริญญา แก้วโพธิ์ และคณะ (2550) เกี่ยวกับศักยภาพหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์พื้นบ้านในการสนับสนุนการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจงานหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่มีอยู่ในเขตจังหวัดเชียงรายงานหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่ไม่ใช่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ควรจะได้รับ การส่งเสริมและพัฒนา ถ้าวจรายการและรูปแบบของงานหัตถกรรม

และผลิตภัณฑ์พื้นบ้านที่เป็นงานศิลปะอันควรค่าแก่การส่งเสริมอนุรักษ์และเผยแพร่ และเพื่อหาแนวทางการส่งเสริมและพัฒนางานหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ในรูปแบบที่เหมาะสม อันมีที่มาของการศึกษาวิจัยของคณะผู้วิจัยดังนี้

ราวปลายพุทธศตวรรษที่ 18 กรุงสุโขทัยได้สถาปนาขึ้นเป็นราชธานีของชนชาติไทย อาณาจักรสุโขทัยรุ่งเรืองอยู่ประมาณ 200 ปี มีหลักฐานบ่งบอกความเจริญของชนชาติไทยอยู่มากมายในยุคนั้น งานศิลปหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงที่สุดของสมัยสุโขทัย คือ เครื่องปั้นดินเผาที่เรียกว่า “สังคโลก”

แคว้นล้านนาไทยในอดีต คือ อาณาบริเวณภาคเหนือตอนบนในปัจจุบัน เป็นอาณาจักรร่วมยุคร่วมสมัยกับอาณาจักรสุโขทัยและอยุธยา ศิลปกรรมของกลุ่มชาวไทยแต่ละอาณาจักร มีเอกลักษณ์ของตนที่แตกต่างกันไป ในขณะเดียวกันก็มีส่วนที่ถ่ายทอดผสมผสานซึ่งกันและกัน ในขณะที่ยังอาณาจักรสุโขทัยโด่งดังเรื่องการหล่อพระพุทธรูปและทำเครื่องสังคโลก อาณาจักรล้านนาไทยก็มีฝีมือในทางพุทธประติมากรรม เช่น พระพุทธรูปแบบเชียงแสนอันลือเลื่อง เครื่องปั้นดินเผาจากเตาเชียงกาหลงในเขตอำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงรายในปัจจุบัน ซึ่งขึ้นชื่อมานานแล้วในเชิงคุณภาพและเทคโนโลยีการผลิตระดับสูง โดยเฉพาะความสามารถในการเคลือบน้ำยาและความสม่ำเสมอทั่วถึงกัน ตั้งแต่ปากภาชนะจนถึงส่วนก้น ในวงการผู้สันนิษฐานเครื่องปั้นดินเผายกย่องว่าเครื่องเคลือบดินเผาเวียงกาหลงมีฝีมือทัดเทียมกับเครื่องเคลือบสีน้ำเงินขาวของจีนยุคราชวงศ์ซ้อง ชาวล้านนามีศิลปหัตถกรรมเป็นเอกลักษณ์สืบมาจนถึงปัจจุบันอีกมากมาย เช่น การทำเครื่องเงิน งานแกะสลักไม้และการทำเครื่องเงิน เป็นต้น

อาณาจักรล้านนาไทย ถือเป็นอาณาจักรเก่าแก่ทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย มีพัฒนาการมายาวนานในด้านศิลปกรรมที่หล่อหลอมมาจากวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม รวมถึงอิทธิพลจากเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์และการเมือง งานศิลปหัตถกรรมส่วนใหญ่ของล้านนาไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะคนและมีที่มานานยาวนาน เช่น ศิลปะการทอผ้าที่วิจิตรบรรจง ภาพจิตรกรรมฝาผนังตามพระอุโบสถและพระวิหารต่างๆ ได้สะท้อนลักษณะการแต่งกายของชาวล้านนาไทยในอดีตได้อย่างสวยงาม จุดเด่นนี้มีความเป็นจริงเป็นจังยิ่งขึ้น ดังจะเห็นว่าชาวไทย



ภาคเหนือตอนบนในยุคสมัยปัจจุบันยังคงรูปแบบของหัตถกรรมหลายประเภทที่สืบทอดทั้งรูปแบบและกรรมวิธีการผลิตมาแต่ครั้งโบราณ เช่น เครื่องสานด้วยไม้ไผ่แล้วเคลือบด้วยยางรักที่ได้รับอิทธิพลมาจากชาวไทยเขิน แล้วมาเรียกกันว่า “เครื่องเขิน” ในปัจจุบัน เป็นต้น

นักโบราณคดี ให้ข้อสันนิษฐานที่มาของคำว่า “สังคโลก” อันหมายถึง ถ้วยชาม เครื่องใช้ เครื่องประดับสถาปัตยกรรม ประติมากรรมและอื่นๆ ที่ทำด้วยดินแล้วเผาไฟจนเนื้อดินแกร่งจนกลายเป็นเนื้อหิน (Stone Ware) มีทั้งเคลือบและไม่เคลือบ ในประเภทเคลือบนั้นยังแบ่งเป็นสองชนิด คือ ชนิดเคลือบสีลาดล ซึ่งเป็นสังคโลกเนื้อดี สีสวย มักมีสีเขียวไข่กา เขียวอมเทา เขียวอมเหลือง อีกชนิดคือ สังคโลกเคลือบสีต่างๆ เช่น สีดำ เทา ขาวขุ่น มีทั้งเขียนลายใต้เคลือบ และไม่เขียนลาย

การทำเครื่องสังคโลกสมัยสุโขทัยมีการผลิตถึงระดับอุตสาหกรรม และเป็นงานฝีมือที่มีคุณภาพสูงเป็นที่ยอมรับทั่วไปในนานาประเทศสมัยนั้น ในช่วงราวพุทธศตวรรษที่ 18-19 เป็นยุคที่ชาวสุโขทัยพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตได้สูงสุดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้ได้เครื่องสังคโลกที่มีคุณภาพเยี่ยมที่สุดเท่าที่มนุษย์ในยุคนั้นจะผลิตได้ แหล่งผลิตอยู่ในบริเวณสุโขทัยเมืองเก่าและเขตภาคเหนือ แหล่งผลิตชั้นเยี่ยมมักมาจากเตาแถบศรีสัชนาลัย ปัจจุบัน คือ อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย เช่น เตาป่ายางและเตาเกาะน้อย เป็นต้น

เครื่องปั้นดินเผาสังคโลกเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางในนานาประเทศด้านเอเชียอาคเนย์ ดังมีผู้ศึกษาไว้มากมายว่า เครื่องสังคโลกของไทยออกสู่ตลาดนอกประเทศในทางไหนบ้าง ซึ่งพบหลักฐานทั้งทางบก ทางน้ำ โดยทางทะเลนั้นเส้นทางไปทางตะวันออกสู่เขมร จาม ญวน จีน เกาหลี และญี่ปุ่น อันเป็นเส้นทางการค้าขายเครื่องเทศระหว่างจีนกับอินเดียมาแต่โบราณ ส่วนเส้นทางลงใต้จากอ่าวไทยไปเกาะมะละกา ชวา ฟิลิปปินส์ เป็นเส้นทางจากสุโขทัยมุ่งหน้าไปทางตะวันตก สู่เมืองหน้าด่านที่แม่สออด จังหวัดตาก เพื่อขนถ่ายสินค้าไปลงเรือเดินทะเลที่อ่าวมะตะบัน เมืองมะตะมะ เพื่อออกสู่เส้นทางด้านทะเลอันดามัน ซึ่งเส้นทางนี้นับว่าทุรกันดารมาก ไม่เหมาะกับการขนส่งสินค้าประเภทนี้ แต่หลักฐาน

