



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
สำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

Development of Wellness Tourism Products and Services
for Hot Spring Tourism Site in Mae Hong Son Province

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตติยา เทพพิทักษ์ และคณะ

พฤษภาคม 2563

เลขที่สัญญา RDG62T0069

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
สำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

Development of Wellness Tourism Products and Services
for Hot Spring Tourism Site in Mae Hong Son Province

คณะวิจัย	สังกัด
1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตติยา เทพพิทักษ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
2. นายธนวัฒน์ ขวัญบุญ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
3. นายพัชรวัฒน์ สุริยงค์	มหาวิทยาลัยนเรศวร

ชุดโครงการ การจัดการพุร้อนในจังหวัดแม่ฮ่องสอนแบบมีส่วนร่วมของชุมชน
เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

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

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงด้วยความร่วมมือและความช่วยเหลือจากหลายท่าน คณะผู้วิจัยใคร่ขอแสดงความขอบคุณไว้ ณ ที่นี้

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และสำนักประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานทุกท่าน ในการสนับสนุนวิจัยและการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความช่วยเหลืออันดีของ รศ.ดร. นิตยา เลาหะจินดา ที่ปรึกษาแผนงานวิจัยและโครงการวิจัย รวมถึงคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ รศ.ดร.ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ ผศ.สุรเชษฐ์ เชษฐมาศ รศ.ดร.นภวรรณ ฐานะกาญจน์ ที่ได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ทำให้งานวิจัยมีคุณภาพยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณคณะผู้ร่วมแผนงานวิจัยทุกท่านจาก 3 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยนเรศวร และมหาวิทยาลัยหอการค้า ที่ได้ร่วมดำเนินการวิจัย คั่นคว้าและแลกเปลี่ยนข้อมูล ระหว่างกันรวมถึงร่วมกันถ่ายทอดผลงานวิจัยให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอขอบคุณ หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนตลอดจนชุมชนในพื้นที่ศึกษาข้อมูลแหล่งน้ำพุร้อน ได้แก่ เทศบาลตำบลแม่มาเต็ง อำเภอปาย เทศบาลตำบลเมืองแปง อำเภอปาย และเทศบาลตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่สรวย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ตลอดจนเจ้าหน้าที่ทุกท่านสำหรับความอนุเคราะห์และความช่วยเหลือต่างๆ รวมถึงการให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย ทำให้งานวิจัยนี้เสร็จลงได้ด้วยดี นอกจากนี้ ขอขอบคุณ ผู้ช่วยวิจัยทุกท่านที่ร่วมดำเนินโครงการวิจัยให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คณะผู้วิจัย

พฤษภาคม พ.ศ. 2563

บทสรุปผู้บริหาร

ชื่อโครงการวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับ แหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

Development of Wellness Tourism Products and Services for Hot Spring Tourism Site in Maehongson Province

ชื่อนักวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ตติยา เทพพิทักษ์

นายธนวัฒน์ ขวัญบุญ

นายพัชรวัฒน์ สุริยงค์

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560- 2564) ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ให้มีความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เน้นการพัฒนาทรัพยากรพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยว เนื่องจากแนวโน้มพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเปลี่ยนไปจากรูปแบบการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย สะอาด มีการรักษาสภาพแวดล้อมที่ดี ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้ความต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism/ Tourism for Special Interest/ Tourism for Specific Purpose) นั้นมีมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) ด้วยนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะผ่านการสัมผัสวิถีชีวิตผู้คนและประเพณีท้องถิ่นโดยแท้จริง มากกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว อาทิ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร (Voluntarism) การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร (Gastronomic Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านการบริการ รูปแบบการท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวและการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีหลากหลายมากขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) กำลังได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั่วโลก เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวชมความสวยงามทางธรรมชาติเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการและมีมาตรฐาน เช่น การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การบริการสუნัขบำบัด (Aromatherapy) และวารีบำบัด (Hydrotherapy) เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ที่มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับอุตสาหกรรม สปา และสุขภาพ (Spa and Wellness) (ราณี อีสชัยกุล, 2560; คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา, 2561) ปัจจุบันประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ มูลค่าประมาณ 25,000 ล้านบาท มีอัตราการเจริญเติบโตประมาณ 9.1% ต่อปี มีแนวโน้มนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเพิ่มขึ้นประมาณ 3,000 คนต่อปี และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน ญี่ปุ่น รัสเซีย และนักท่องเที่ยวชาวไทย (รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, 2559; สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร, 2560 และศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)

การท่องเที่ยวแหล่งพุร้อนธรรมชาติในประเทศไทย จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ และจังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นหนึ่งในจังหวัดของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ที่มีแหล่งพุร้อนธรรมชาติมากมายถึง 12 แห่ง อีกทั้งมีความหลากหลายของทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ถึง 7 กลุ่ม มีสินค้าท้องถิ่นและผลผลิตทางการเกษตรที่น่าสนใจ อาทิ กระเทียม กาแฟ ผลิตภัณฑ์จากงาดำ ซึ่งผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเหล่านี้สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อนได้ เพื่รองรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแม่ฮ่องสอน พ.ศ. 2561- 2564 ขึ้นโดยกำหนดให้จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็น “เมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วิถีชีวิตวัฒนธรรมและสุขภาพ” ประกอบกับการพัฒนาแหล่งพุร้อนทั้งจังหวัดเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและเมืองสปาในอนาคต ภายใต้แนวคิด “แม่ฮ่องสอน: มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา (Mae Hong Son: The Valley of Charm)” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

ถึงแม้ว่าจะมีการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ จากทางภาครัฐไว้อย่างชัดเจน แต่ปัจจุบันยังไม่มีการศึกษาวิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพทางการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนธรรมชาติ จ.แม่ฮ่องสอน เพื่รองรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติที่เป็นผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Products and Services) ที่สามารถนำเสนอภาพลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นของแหล่งน้ำพุร้อน เพื่อแสดงออกถึงจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าได้ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง

ที่จะต้องดำเนินการศึกษาเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนธรรมชาติในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ให้มีผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากฐานทรัพยากรท้องถิ่นได้ จากการศึกษาสำรวจศักยภาพด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อน พบว่ามีแหล่งพุร้อน 3 แห่ง ได้แก่ พุร้อนเมืองแปง พุร้อนไทรงาม (แม่นะ) และพุร้อนแม่อุมลอง อยู่ระหว่างเริ่มต้นการพัฒนาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและมีความต้องการในการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพให้มีความเหมาะสมกับฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นอย่างเร่งด่วน

งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติทั้ง 3 แห่ง ดังกล่าว ให้สอดคล้องกับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยคาดหวังว่าผลผลิตจากการวิจัยนี้จะสามารถเป็นตัวอย่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติจังหวัดแม่ฮ่องสอนได้ อีกทั้งช่วยส่งเสริมให้ชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว วิสาหกิจชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดแม่ฮ่องสอนสามารถพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถให้บริการ และรองรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถขยายผลการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติทั้งในระดับภูมิภาค ไปสู่ระดับประเทศเพื่อให้ได้มาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในระดับสากลได้ในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน
- 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

โครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่และกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ศึกษาแหล่งพุร้อนในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อเป็นกรณีศึกษาดังนี้

1) **พุร้อนเมืองแปง** เป็นแหล่งพุร้อนสามารถเข้าถึงได้โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1265 บริเวณโดยรอบแหล่งพุร้อน มีการใช้ประโยชน์พื้นที่เชิงเกษตรกรรมโดยเฉพาะเกษตรกรรมเชิงเดี่ยว หรือพื้นที่ปลูกพืชหมุนเวียนเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ กระเทียม ถั่วเหลือง ข้าวโพดและมัน ตั้งอยู่ที่ ต.เมืองแปง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ 1 แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนเมืองแปง

2) **พุร้อนแม่ฮ่อมลอง** เป็นแหล่งพุร้อนที่ห่างไกล มีความสันโดษและเป็นธรรมชาติ อาจมีการตัดแปลงแต่ยังคงกลมกลืนกับธรรมชาติ มีถนนเข้าถึง ตั้งอยู่ในสวนป่าสาละวิน องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือบน บ้านแม่ฮ่อมลอง ตำบลแม่สะเรียง อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน



ภาพที่ 2 แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนแม่อุ้มลอง

3) พุร้อนไทรงาม แม่ฮ่องสอนตั้งอยู่ในพื้นที่เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย ตำบลแม่नादेิง อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ อาทิลีซอ ในพื้นที่ป่าอนุรักษ์บ้านไทรงาม



ภาพที่ 3 แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนไทรงาม

1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

การสร้างขีดความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอนนั้น มีผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของข้อมูลปฐมภูมิ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งพุร้อนทั้งภาครัฐ และประชาชนในชุมชนบริเวณพุร้อน รวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่แหล่งพุร้อนแม่ฮ่อมลอง และพุร้อนไทรงาม จังหวัดแม่ฮ่องสอน

1.3.3 ขอบเขตด้านช่วงเวลา กำหนดระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยทั้งสิ้น 12 เดือน

1.3.4 ขอบเขตด้านเนื้อหา

โครงการวิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
- 2) การท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 3) ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว
- 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 5) แนวคิดด้านภาพลักษณ์สถานที่ และการสร้างอัตลักษณ์
- 6) ข้อมูลเบื้องต้นของแหล่งพุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ. ปาย, พุร้อนแม่ฮ่อมลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง และ พุร้อนไทรงาม ต. แม่นาเติง อ. ปาย
- 7) แนวคิดและแนวปฏิบัติในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการด้านการท่องเที่ยว แหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” ได้ใช้รูปแบบและวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ประกอบกับการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (Participatory action research) โดยทีมนักวิจัย และสมาชิกกลุ่มแหล่งพุร้อนไทรงาม แหล่งพุร้อนแม่ฮ่อมลอง และแหล่งพุร้อนเมืองแปง จังหวัดแม่ฮ่องสอน มีการประชุมร่วมวางแผนกับชุมชน ในเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยว วิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เน้นการกระตุ้น ส่งเสริมให้ชุมชน และเครือข่าย รับฟังความคิดเห็นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และหาข้อสรุปของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนในแต่ละชุมชน

2. สรุปผลการวิจัยและการประยุกต์ใช้แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และ บริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

จากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลทั้งภาคเอกสาร และการเก็บข้อมูลภาคสนาม รวมถึงผลการประชุมกับผู้เกี่ยวข้องและชุมชนในพื้นที่ เพื่อระดมความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งน้ำพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่คัดเลือกเป็นกรณีศึกษา ได้แก่ 1) พุร้อนแม่อุ้มลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน 2) พุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ.ปาย จ. แม่ฮ่องสอน 3) พุร้อนไทรงาม (แม่นะ) ต. แม่นาเติง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ตามลำดับดังนี้

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน นั้น ผู้วิจัยได้ทำการประเมิน และวิเคราะห์สถานการณ์ สภาพแวดล้อม ทางกายภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้มาจัดใส่ตาราง SWOT Analysis ปัจจัยต่างๆในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด และได้แปลงข้อมูลเหล่านั้นลงในตาราง TOWS Metrix เพื่อให้ได้ข้อสรุปเชิงกลยุทธ์ จากนั้นได้นำข้อสรุปที่ได้เข้าประชุมกับผู้เกี่ยวข้องและชุมชนในพื้นที่ เพื่อระดมความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสม สำหรับพุร้อนในพื้นที่ศึกษา ทั้ง 3 แหล่ง สามารถสรุป ได้ดังนี้

- 1) จัดทำให้มีบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และสปา ท่ามกลางธรรมชาติ เน้นสุขภาพแบบองค์รวม คือ กาย ใน จิต
- 2) จัดทำให้มีกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เชื่อมโยงวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมีมัคคุเทศก์เป็นคนในชุมชน
- 3) สร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในชุมชน สินค้าส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงสินค้าแปรรูปจากผลิตผลทางการเกษตรที่ผลิต และใช้วัตถุดิบในชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร
- 4) จัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน และ ติดตั้งระบบป้ายสัญลักษณ์ ที่สามารถสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายในพุร้อน และ ให้ความรู้ถึงข้อควรปฏิบัติในการใช้พุร้อน
- 5) เพื่อให้เกิดสุขลักษณะที่ดี เหมาะสมกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรจัดทำระบบการจัดการใหม่ ด้วยการจัดทำบ่อแม่ และบ่อลูก เพื่อแยกน้ำที่ใช้จากน้ำที่ใช้ในการแช่อาบ หรือในการเกษตร

กรรม พร้อมทั้งจัดการระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงทางระบายน้ำปกติ และเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่คนในชุมชนว่าการจัดการเพื่อใช้ประโยชน์ของน้ำพุร้อนเพื่อการเกษตรและการท่องเที่ยว จะเป็นไปอย่างสมดุล

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพพุร้อนในพื้นที่ศึกษา ทั้ง 3 แหล่ง ได้แก่ พุร้อนเมืองแปง พุร้อนไทรงาม และพุร้อนแม่อุ้มลอง เริ่มจากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของชุมชนพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง เพื่อนำมาใช้กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือจุดขายของแหล่งพุร้อน และนำไปใช้เป็นแนวทางกำหนดกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพให้เหมาะสมกับแหล่งพุร้อนแต่ละแหล่ง ใช้ทฤษฎีเรื่องภาพลักษณ์สถานที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการวางแผนกำหนดทิศทางการออกแบบ เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้กับแต่ละสถานที่ได้

1. ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนแม่อุ้มลอง ต.ป่าแป๋ อ.แม่สะเรียง จ.แม่ฮ่องสอน

1.1 ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง

พุร้อนแม่อุ้มลอง แสดงภาพลักษณ์สถานที่คือ “มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา” หรือ “The Valley of Charm” สื่อสารภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวพุร้อนท่ามกลางขุนเขา นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงและละว้า โดยกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวของพุร้อนแม่อุ้มลอง เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว และนิยมให้บุตรหลานได้เรียนรู้วิถีชีวิตในธรรมชาติ



ภาพที่ 4 แสดงอารมณ์ความรู้สึกและกลุ่มเป้าหมาย และตราลักษณ์ของแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง

1.2 ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุน้ำร้อนแม่ฮ่องสอน

ผลิตภัณฑ์ และบริการ ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุน้ำร้อนแม่ฮ่องสอนสามารถอธิบายได้ดังในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุน้ำร้อนแม่ฮ่องสอน วันที่ 1

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
8.30 น. – 10.00 น. 40 กม. ใช้ระยะเวลา 1 ชั่วโมง. 30 นาที	แผนที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านป่าแป๋สำหรับนักท่องเที่ยว บอกกิจกรรมและเส้นทางสถานที่ท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านป่าแป๋	
10.00 น. – 10.15 น. 	เมื่อถึงบ้านป่าแป๋ นำสัมากระกระเป่าเดินทางเก็บเข้าที่พัก โฮมเตย์ของหมู่บ้านป่าแป๋ โฮมเตย์ของบ้านป่าแป๋ที่มีทั้งหมด 8 หลัง ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวให้สัมผัสและเข้าถึงชุมชนได้อย่างใกล้ชิด	 โฮมเตย์หมู่บ้านละเวือะ โฮมเตย์หมู่บ้านละเวือะมีทั้งหมด 8 หลัง ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าพักได้ 1 คืน โดยค่าห้องพักจะอยู่ที่ 100 บาท (รวมอาหารเช้า) และนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการโฮมเตย์ได้ทุกวัน
10.15 – 10.30 น. 	เยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของชาติพันธุ์ละเวือะ ซึ่งภายในบ้านเป็นที่อยู่อาศัยในอดีตของชาวละเวือะ มีการจำลองวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในอดีตของชาวละเวือะ ทั้งรูปแบบที่อยู่อาศัยภายในบ้าน ภาชนะต่างๆที่ใช้ในอดีตที่หาชมได้ยาก เครื่องดนตรี ศิลปะวัฒนธรรมพิธีกรรมต่างๆ	 บ้านละเวือะ
10.30 – 11.00 น. 	ธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย บ้านป่าแป๋นั้นยังเป็นที่ตั้งสำคัญของ “ธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย” โดยพ่อหลวงผู้นำชุมชนคนเก่า ได้เล่าเรื่องราวว่า ธนาคารข้าวแห่งนี้ได้จัดตั้งขึ้นในปี 2513 ซึ่ง “ในหลวงรัชกาลที่ 9” ได้ทรงมีพระเมตตาต่อชาวบ้านซึ่งเดิมนั้นการกินอยู่เป็นไปอย่างยากลำบากจากการเพาะปลูกข้าวที่ได้ผลผลิตไม่ค่อยดีไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ โดยพระองค์ทรงพระราชทานเงินส่วนพระองค์ช่วยเหลือทาง	 ธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย ธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทยได้จัดตั้งขึ้นในปี 2513 โดยพ่อหลวงผู้นำชุมชนคนเก่า ได้เล่าเรื่องราวว่า ธนาคารข้าวแห่งนี้ได้จัดตั้งขึ้นในปี 2513 ซึ่ง “ในหลวงรัชกาลที่ 9” ได้ทรงมีพระเมตตาต่อชาวบ้านซึ่งเดิมนั้นการกินอยู่เป็นไปอย่างยากลำบากจากการเพาะปลูกข้าวที่ได้ผลผลิตไม่ค่อยดีไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ โดยพระองค์ทรงพระราชทานเงินส่วนพระองค์ช่วยเหลือทาง

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
	ชุมชน 20,000 บาท	
11.00 – 11.45 น. 	กราบไหว้ขอพร ณ สำนักสงฆ์บ้านป่าแป๋ ซึ่งเป็นสำนักสงฆ์เพียงแห่งเดียวในหมู่บ้าน ที่เป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวบ้าน ตั้งอยู่บนพื้นที่สูงสุด มองลงมาเบื้องล่างเห็นหมู่บ้านป่าแป๋ มีพระอุโบสถแบบศิลปะล้านนาที่มีลวดลายแกะสลักรอบอุโบสถอ่อนช้อย ภายในมีพระพุทธรูปหินอ่อนสีขาว	 สำนักสงฆ์บ้านป่าแป๋ สำนักสงฆ์บ้านป่าแป๋ เป็นสำนักสงฆ์เพียงแห่งเดียวในหมู่บ้าน เป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวบ้าน ตั้งอยู่บนพื้นที่สูงสุด มองลงมาเบื้องล่างเห็นหมู่บ้านป่าแป๋ มีพระอุโบสถแบบศิลปะล้านนาที่มีลวดลายแกะสลักรอบอุโบสถอ่อนช้อย ภายในมีพระพุทธรูปหินอ่อนสีขาว
11.45 – 13.00 น. 	รับประทานอาหารพื้นบ้านฉบับชาวละเวือะ และพักผ่อนตามอัธยาศัย	 อาหารพื้นบ้านฉบับชาวละเวือะ เป็นอาหารพื้นบ้านที่ชาวละเวือะนิยมรับประทานกัน มีทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน มีทั้งอาหารที่รับประทานได้ทั้งวันและทั้งคืน อาหารพื้นบ้านฉบับชาวละเวือะมีทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน มีทั้งอาหารที่รับประทานได้ทั้งวันและทั้งคืน
13.00 น. – 13.45 น. 	กิจกรรมทอผ้าทอละเวือะ นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกรรมวิธีการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ ตลอดจนกระบวนการทอผ้า การทอผ้าของชาวละเวือะจะเป็นหน้าที่ของผู้หญิงชาวละเวือะเป็นคนดูแลเครื่องนุ่งห่ม ผ้าทอนั้นจะใช้สีธรรมชาติในการย้อมผ้า สกัดจากต้นไม้ในท้องถิ่น เช่น เปลือกต้นว่า (โคะยังยัด) ให้ซึ่งจะได้สีแดง ทักทอมือเป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มและกระเป๋าย่อมเพื่อใช้สวมใส่ในการดำเนินชีวิตและกิจกรรมต่างๆในชีวิตประจำวัน	 กลุ่มทอผ้าทอละเวือะ กลุ่มทอผ้าทอละเวือะ เป็นกลุ่มทอผ้าพื้นบ้านที่ชาวละเวือะนิยมทอผ้ากัน มีทั้งผ้าทอแบบดั้งเดิมและผ้าทอแบบใหม่ ๆ กลุ่มทอผ้าทอละเวือะมีทั้งผ้าทอแบบดั้งเดิมและผ้าทอแบบใหม่ ๆ
13.45 น. – 14.15 น. 	จุดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP บ้านป่าแป๋ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านป่าแป๋ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านป่าแป๋ ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ ได้แก่ กระเป๋าย่อม เสื้อผ้า ผ้าทอมือ	 จุดขายของฝากจากหมู่บ้าน จุดขายของฝากจากหมู่บ้าน เป็นจุดขายของฝากจากหมู่บ้านที่ชาวละเวือะนิยมขายกัน มีทั้งของฝากแบบดั้งเดิมและของฝากแบบใหม่ ๆ

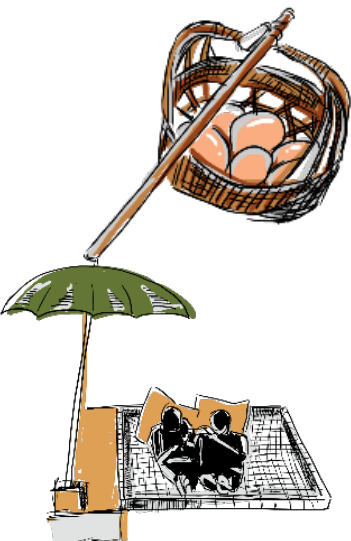
ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
14.15 – 14.45 น.	กลุ่มเพาะเห็ดหอมเรียนรู้วิธีการเกษตรในครัวเรือนชุมชนหมู่บ้านป่าแป๋ ชุมชนมีการเพาะเห็ดหอมเพื่อขายส่งออกและยังมีการแปรรูปเห็ดหอมทำเป็นอาหาร เช่น น้ำพริกเห็ดหอม ผัดเห็ดหอม เห็ดหอมของที่มีรสชาติอร่อย สด ใหม่ และปลอดภัยและมี	 กลุ่มเพาะเห็ดหอม กลุ่มผู้ผลิตเห็ดหอมบ้านป่าแป๋ มีพื้นที่เพาะเห็ดหอมประมาณ ๑๐ ไร่ ใช้พื้นที่ปลูกเห็ดหอมประมาณ ๕ ไร่ ปัจจุบันมีพื้นที่ปลูกเห็ดหอมประมาณ ๑๐ ไร่ ใช้พื้นที่ปลูกเห็ดหอมประมาณ ๕ ไร่
15.00	พักผ่อนตามอัธยาศัย	
15.30 น. – 16.45 น. 7 กม. ใช้เวลาประมาณ 20 นาที	ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง ปัจจุบันศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง ส่งเสริมอาชีพเกษตรกรในการเพาะปลูกพืชผัก ไม้ผล ภายใต้ระบบมาตรฐานอาหารปลอดภัย ได้แก่ ระบบการเพาะปลูกที่ดี (GAP) รวมทั้งส่งเสริมการปลูกพืชไร่ ผลผลิตได้แก่ คენห่อองกอง เบบีคอส เบบี้ฮ่องเต้ ไอคัสลิฟแดง ไอ้ คลิฟเขียว เรดโครอล บัตเตอร์เฮด พริกหวานเขียว คอสสลัด ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก ผักกาดขาวปลี ขึ้นฉ่าย ปวยเล้ง ฟักทองญี่ปุ่น และฟักทองสีส้ม กะหล่ำปลีหัวใจ ถั่วแดงหลวง ข้าวไร่ ข้าวนาดำ อาโวคาโด เคพกูสเบอร์รี่ เสาวรส มัลเบอร์รี่ มะม่วง กาแฟอาราบิก้า	 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง เป็นศูนย์พัฒนาโครงการหลวงที่สร้างขึ้นโดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการผลิตสินค้าเกษตรคุณภาพดีภายใต้ระบบมาตรฐานอาหารปลอดภัย (GAP) และส่งเสริมการตลาดของสินค้าเกษตรให้สามารถแข่งขันในตลาดต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ
18.00 น.	รับประทานอาหารที่บ้านฉบับชาวละเวอะ	 อาหารพื้นเมืองของชาวละเวอะ ประกอบด้วย ข้าวเหนียว ปลาสดย่างไฟอ่อนๆ ผักสด และผลไม้ท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตและการปรับตัวของชาวละเวอะต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ

ตารางที่ 2 แสดงรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนแม่ฮ่อมลอง วันที่ 2

ระยะเวลากิจกรรม	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
06.00 น. 	ตักบาตรเช้ากับชาวละเวือะ	
06.30 น. 	เดินออกเล่นรอบหมู่บ้านพร้อมสัมผัสบรรยากาศเช้าแสนสดชื่น จุดชมนาขั้นบันไดบ้านป่าแป๋ คือเสน่ห์อันเรียบง่ายของวิถีการดำเนินชีวิตอยู่กินตามครรลองของธรรมชาติ ลงนาเมื่อฝนเก็บเกี่ยวเมื่อเข้าหน้าหนาว ชาวบ้านที่นี่ยังรักษาประเพณีพิธีกรรมดั้งเดิมไว้ได้อย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการไหว้ผีบรรพบุรุษ ไหว้เจ้าที่เจ้าทาง พิธีเลี้ยงผีให้ช่วยดูแลข้าว ทำขวัญข้าวหลังเก็บเกี่ยว เลี้ยงผีประจำหมู่บ้านก่อนกินข้าวใหม่ร่วมกัน ทุกความเชื่อล้วนสืบทอดต่อกันมาเพื่อรักษาวิถีการผลิตแบบพอเพียง ฟังพาดินน้ำป่าอันเป็นทรัพยากร ต้นน้ำ เชื่อมโยงวัฒนธรรมภาษาและอาหารพื้นถิ่น กลายเป็นจุดหมายที่หลายคนอยากมาเรียนรู้ร่วมกัน	จุดชมวิวนาขั้นบันได จุดชมวิวนาขั้นบันได เป็นสถานที่ชมทิวทัศน์ที่สวยงามของนาขั้นบันได และวิถีชีวิตของชาวนาในพื้นที่อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จุดชมวิวนาขั้นบันได มีพื้นที่ประมาณ 100 ไร่เศษ เป็นพื้นที่นาขั้นบันไดที่สวยงามและมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก 
07.00 น. 	ชมปลาอนุรักษของท้องถิ่นลำห้วยแม่ฮ่อมลานในหมู่บ้านแป๋ มีการอนุรักษ์ปลาสายพันธุ์ ปลาพลวง ซึ่งแหวกว่ายไปมาในลำห้วยเป็นจุดชมวิวกอีกจุดสำหรับนักท่องเที่ยว	ชมปลาอนุรักษ์ของท้องถิ่น ชมปลาอนุรักษ์ของท้องถิ่น เป็นสถานที่ชมปลาอนุรักษ์ของท้องถิ่นในลำห้วยแม่ฮ่อมลาน 

ระยะเวลากิจกรรม	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
08.00 น. 	รับประทานอาหารเช้าที่บ้านฉบับชาว ละโว้	 ผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้านฉบับชาวละโว้ ซึ่งได้ผ่านการคัดเลือกจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
09.00 น. 19 กม. เวลาประมาณ 35 นาที	ออกเดินทางไปยังพุร้อนแม่ อุ้มลอง	
09.40 น. 	ข้ามสะพานข้ามแม่น้ำแม่สะเรียงชม วิวบรรยากาศรอบบริเวณสะพานก่อน เข้าสู่พุร้อนแม่อุ้ม ลอง	
10.00 น.	เมื่อเข้ามายังพุร้อนแม่อุ้มลองมี ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสำหรับติดต่อ สอบถามและอำนวยความสะดวกเหตุ ฉุกเฉินแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้า มาพักผ่อนและเที่ยวชมสามารถติดต่อ เจ้าหน้าที่ได้	แผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนแม่อุ้มลอง สำหรับนักท่องเที่ยว โดยบอกข้อมูลบอก เส้นทางและกิจกรรมสถานที่ท่องเที่ยว บริเวณภายในพุร้อนแม่อุ้มลอง  

ระยะเวลากิจกรรม	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
10.10 น. 	หากต้องการที่พักแบบส่วนตัว นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อทางศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแม่ฮ่องสอนได้ หรือต้องการพักผ่อนท่ามกลางบรรยากาศที่โอบล้อมไปด้วยธรรมชาติ มีการจัดสรรบริเวณพื้นที่ไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการพักผ่อนแบบตั้งแคมป์ กางเต็นท์	
  	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยว พุร้อนแม่ฮ่องสอน เส้นทางที่ 1 1. บ่อแชเท้า / พื้นที่พักผ่อน 2. โรงอาบแช่ 3. นวด / อบสมุนไพร   	ชุดผลิตภัณฑ์พุร้อนแม่ฮ่องสอน ประกอบไปด้วย สบู่ แชมพู ครีมนวด สารสกัดจากข้าวพันธุ์ดีหลากหลายชนิด จากบ้านป่าแป๋ที่ผูกพันกับการทำนา ข้าวมาอย่างช้านาน สบู่มีคุณสมบัติช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิว บำรุงผิวพรรณ อีกทั้งแชมพูและครีมนวดบำรุงเส้นผมให้แข็งแรงลดปัญหาผมขาดหลุดร่วงได้เป็นอย่างดี และสติ๊กเกอร์สมุนไพรกันแมลง น่องข้าว โดยออกแบบกราฟฟิควาดลายเป็นมิตรสะท้อนความเป็นวิถีชุมชนบ้านป่าแป๋ ที่สามารถป้องกันแมลงกัดต่อย ขณะทำกิจกรรมในพุร้อนแม่ฮ่องสอน พร้อมกระเป๋าผ้าทอมือกะเหรี่ยง ที่สามารถพกพาได้สะดวก ชุดคลุมผ้าทอมือละเวื้อะ ชุดคลุมสำหรับใส่ทำกิจกรรมในพุร้อนแม่ฮ่องสอน ทั้งกิจกรรม อาบแช่พุร้อน นวดอบสมุนไพร ชุดคลุมสามารถระบายอากาศได้ดีและสะดวกต่อการสวมใส่ในการทำกิจกรรม ชุดผลิตภัณฑ์พุร้อนแม่ฮ่องสอน

ระยะเวลากิจกรรม	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
		พุร้อนแม่อุ้มลอง  ชุดคลุมผ้าทอมือละเวีอะ  แผ่นสติกเกอร์สมุนไพรกันแมลง 
	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวพุร้อนแม่อุ้มลอง เส้นทางที่ 2 1 . เดินชมธรรมชาติบริเวณเขตป่าสงวนพร้อมสัมผัสอากาศบริสุทธิ์ 2. ตั้มไข่ออนเซ็นระหว่างทางเดิน 3. จุดบริการที่พักรถชายเพื่อพักผ่อนและถ่ายรูปกับวิวบรรยากาศภายในพุร้อนแม่อุ้มลอง	

ระยะเวลากิจกรรม	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
	แคมป์ไฟ จุดบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ที่รองรับการทำกิจกรรมตอนกลางคืนพร้อมชิมซบบรรยากาศธรรมชาติ	
	เดินทางกลับ	

2. ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง ต.เมืองแปง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน

2.1 ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง

ภาพลักษณ์สถานที่ ของพุร้อนเมืองแปง คือ “มหัศจรรย์แห่งสายน้ำ” หรือ “The Brook of Magic” สื่อสารภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวพุร้อนท่ามกลางขุนเขา และความงดงามของสองฝั่งแม่น้ำปาย นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และสปา ควบคู่ไปกับกิจกรรมล่องแก่ง และการศึกษาธรรมชาติ มีกลุ่มเป้าหมาย เป็นกลุ่มเพื่อนที่นิยมการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ



ภาพที่ 5 แสดงอารมณ์ความรู้สึกและกลุ่มเป้าหมาย และตราสัญลักษณ์ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง

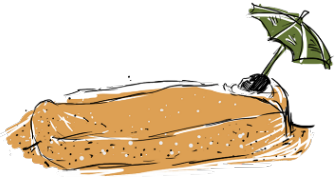
2.3 ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนเมืองแปง

ผลิตภัณฑ์ และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับพุร้อนเมืองแปงสามารถอธิบายได้ดังในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์พุร้อนเมืองแปง

ระยะเวลา	กิจกรรม/บริการ	ผลิตภัณฑ์
30 นาที ระยะทาง 28 กม. จากอำเภอปาย	ออกจากตัวเมืองปายมายังพุร้อนเมืองแปง	แผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง สำหรับนักท่องเที่ยว โดยบอกข้อมูลบอกเส้นทางและกิจกรรมสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณพุร้อนเมืองแปง 
2 ถึง 3 ชั่วโมง  	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ 1 คือ การล่องแก่งแม่น้ำปาย มีระยะทางการล่องแก่งในแม่น้ำปาย 10 กิโลเมตร ระหว่างทางล่องแก่งชมวิถีเกษตรกรรมของคนเมืองแปง ซึ่งทำไร่ปลูกกระเทียมและไร่อ้อยเหลืองกันมาอย่างยาวนานจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และมีจุดชมวิวระหว่างล่องแก่ง อย่างน้อย 13 จุด การล่องแก่งขาไปใช้เวลาประมาณ 2 ถึง 3 ชั่วโมง	กระเทียมของฝากเมืองแปงแหล่งเพาะปลูกกระเทียมที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย กระเทียมของเมืองแปงมีลักษณะ หัวใหญ่ หัวแกร่ง กลิ่นฉุน ถูกบรรจุในตะกร้าจักสาน ที่บ่งบอกอัตลักษณ์ของชุมชนเมืองแปงได้เป็นอย่างดี โดยสามารถยืดอายุของกระเทียม 
1 ชั่วโมง	รับประทานอาหาร	
2 ชั่วโมง	เดินทางกลับด้วยรถยนต์ ประมาณ 2 ชั่วโมง	
	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ 2 คือ สัมผัสวิถีประเพณี วัฒนธรรมคนเมืองแปง กราบสักการะสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และสักการะเพื่อความเป็นสิริมงคล 4 จุด คือ พระพุทธรูปเมืองแปง วัดใหม่เมืองแปง วัดศรีวิชัย และพระธาตุชัยมงคล และ จุดชมวิวทิวทัศน์ความสวยงามของตัวตำบลเมืองแปง	

ระยะเวลา	กิจกรรม/บริการ	ผลิตภัณฑ์
	3 จุด คือ จุดชมวิวเมืองแปง สวนส้มสุมาลี และ สวนรุกขชาติเมืองแปง ซึ่งสวนอนุรักษ์พันธุ์ไม้พื้นถิ่นหายาก ซึ่งระยะห่างระหว่างจุดชมวิวอยู่ในรัศมีการท่องเที่ยวประมาณ 2 กิโลเมตร	
 	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ 3 คือ พุน้ำร้อนเมืองแปง เป็นจุดที่สามารถนั่งพักผ่อนคลายและบำบัดสุขภาพจากการแช่พุน้ำร้อน พุน้ำร้อนแม่แปงมีลักษณะค่อนข้างใหญ่ ล้อมรอบด้วยพรรณไม้ร่มรื่นจึงเหมาะสำหรับพักผ่อนชมวิว ตั้งอยู่ใจกลางไร่นาของชุมชนบ้านเมืองแปง ใกล้หน่วยพิทักษ์ป่าแม่ปิง โป่งน้ำร้อนแห่งนี้มีอุณหภูมิสูงถึง 95 องศาเซลเซียส มีกิจกรรม ต้มไข่ และเสริมกิจกรรมอาบแช่ และ นวดแผนโบราณ กิจกรรมล่องแก่งแม่น้ำปาย อยู่ห่างจากจุดชมวิวเมืองแปง ประมาณ 5.7 กิโลเมตร และ ห่างจากบ่อพุน้ำร้อนประมาณ 10.4 กิโลเมตร และ จุดชมวิวเมืองแปงห่างจากบ่อพุน้ำร้อนประมาณ 4.6 กิโลเมตร	ผลิตภัณฑ์พุน้ำร้อนเมืองแปง ประกอบด้วย ยาหม่องสมุนไพรจากชุมชนเมืองแปง ช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อยระหว่างทำกิจกรรมในพุน้ำร้อนมีขนาดที่กะทัดรัดพกพาสะดวก สดักเกอร์สมุนไพรกันแมลง นื่องกระเทียม โดยออกแบบกราฟฟิคกลดลายน่ารักสะท้อนความเป็นวิถีชุมชนเมืองแปง ที่สามารถป้องกันแมลงกัดต่อยขณะทำกิจกรรมในพุน้ำร้อนเมืองแปง อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์สำหรับ บำรุงผิวพรรณ Hand cream and Body lotion สารสกัดจากถั่วเหลืองของชุมชนเมืองแปง ช่วยฟื้นฟูสภาพผิว คืนความสมดุลให้ผิวแข็งแรง สุขภาพดี ผิวเนียนนุ่มลื่น ไม่แห้งตึง
		  

ระยะเวลา	กิจกรรม/บริการ	ผลิตภัณฑ์
	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ 4 คือผ่อนคลายความเหนื่อยล้าด้วยการอบทรายร้อนจากพุร้อนเมืองแปง การอบทรายร้อนนั้นจะช่วยให้การไหลเวียนของโลหิต ดีท็อกซ์ ไตเอื้อบำรุงผิวพรรณให้สดใสสุขภาพดี และซึมซับบรรยากาศบริสุทธิ์ที่โอบล้อมด้วยธรรมชาติ	
	อีกทั้งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเส้นทางกิจกรรมได้ดังนี้ เส้นทางที่ 1 กิจกรรมท่องเที่ยวที่ 1 รวมกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่ 3 กิจกรรมการล่องแก่งและการท่องเที่ยว พุร้อนเมืองแปง ใช้ระยะเวลา 1 วัน เต็มเวลา และกลับไปพักที่อำเภอปาย	
	เส้นทางที่ 2 กิจกรรมท่องเที่ยวที่ 2 รวมกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่ 3 กิจกรรมการท่องเที่ยวจุดชมวิวและท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อน ใช้ระยะเวลาครึ่งวัน และ เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนแหล่งอื่นก่อนกลับไปพักที่อำเภอปาย	
	เส้นทางที่ 3 กิจกรรมท่องเที่ยวที่ 1 รวมกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่ 4 กิจกรรมผ่อนคลายและบำบัดสุขภาพด้วยการแช่พุร้อนและการอบทรายร้อน	

3. ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ของแหล่งพุร้อน พุร้อนไทรงาม ต.แม่มาเต็ง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน

3.1 ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนไทรงาม

ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนไทรงาม คือ “ความลึกลับของพงไพร” หรือ “The Mystical Forest” สื่อสารภาพลักษณ์แหล่งพุร้อนท่ามกลางธรรมชาติในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า นำเสนอประสบการณ์ที่ได้สัมผัส เรียนรู้วิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ลื้อ กำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวของพุร้อนไทรงาม เป็นกลุ่มคู่รัก ที่ชอบสถานที่ส่วนตัว สวยงาม เน้นการใช้เวลาพักผ่อน ดื่มด่ำบรรยากาศที่สวยงามรอบตัวร่วมกัน



ภาพที่ 6 แสดงอารมณ์ความรู้สึกและกลุ่มเป้าหมาย และตราสัญลักษณ์ของแหล่งพุร้อนไทรงาม

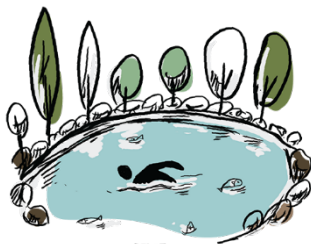
3.2 ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนไทรงาม

พุร้อนไทรงาม สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ดังแสดงในตารางที่ 3

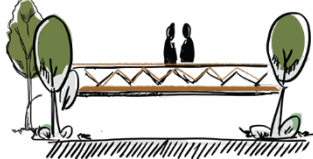
ตารางที่ 4 แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนไทรงาม

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
30 นาที ระยะทาง 18 กม.	ออกจากตัวเมืองปายมายังหมู่บ้านไทรงาม	
	ถึงหมู่บ้านไทรงาม	แผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนบ้านไทรงามสำหรับนักท่องเที่ยว บอกเส้นทางกิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยว



ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
		บริเวณหมู่บ้านและพุร้อนไทรงาม
	เดินเล่นชมวิถีชีวิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาวลีซู บ้านไทรงามที่มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เรียบง่าย	
	เรียนรู้วิธีการทอผ้าลีซู ได้ชื่อว่าเป็น ผ้าที่แต่งกายมีสีสันสดใสและหลากหลาย สีส้มที่สุดในบรรดาชาวเขาทั้งหมด ความกล้าในการตัดสินใจและความ เป็นอิสระชนสะท้อน ออกมาให้เห็น จากการใช้สีตัดกันอย่างรุนแรงในการ เครื่องแต่งกาย	
	รับประทานอาหารพื้นบ้าน ชาวลีซู	
	กิจกรรมล่องแก่งถ้ำปลา ที่จะพานักท่องเที่ยวได้สัมผัส ถ้ำประวัติ ศาสตร์อายุราว 1,000 ปี พร้อมล่องแก่งพายเรือคายัคชมวิวยามอากาศท่ามกลางธรรมชาติ มีกิจกรรม เช่น 1. ล่องแก่ง 2. พายเรือคายัค	สตีกเกอร์สมุนไพรกันแมลงน่องมันเทศ โดยออกแบบกราฟฟิกลดทลาย เป็นมิตรสะท้อนความเป็นวิถีชุมชน บ้านไทรงาม ที่สามารถป้องกันแมลง กัดต่อยขณะทำกิจกรรมในพุร้อนไทรงาม  

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
	3. ว้ายน้ำถ้าปลา	
	ขึ้นฝั่งแวะตักน้ำสมุนไพรจากสมุนไพรหายากในชุมชนดื่มด่ำกับบรรยากาศอันน่าหลงใหลที่จุดศาลา ริมน้ำท่าเรือรับกิจกรรมล่องแก่ง	กระบอกลมไผ่น้ำสมุนไพร น้ำสมุนไพร สกัดจากสมุนไพรหายากของชุมชนสรรพคุณช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อยและเหนื่อยล้าจากการทำกิจกรรมล่องแก่ง ว้ายน้ำถ้าปลา 
	ผู้รักมดใจไว้ที่ต้นยางคู่กิจกรรมสำหรับคู่รักนักท่องเที่ยว จะได้สัมผัสวิถีประเพณี ความเชื่อของชาวลีซู นำเครื่องรางลีซูโดยมีความเชื่อว่า จะทำให้คู่รักรักกันยืนยาว สมหวังในสิ่งที่อธิฐาน ผู้กับกระบอกลมไผ่น้ำสมุนไพร นำมาผูกมัดฝากรักอธิฐานกับต้นยางคู่ที่อยู่คู่ชุมชนมาอย่างยาวนาน	เครื่องรางลีซู โดยมีความเชื่อว่า จะทำให้คู่รักรักกันยืนยาว สมหวังในสิ่งที่อธิฐาน ผู้กับกระบอกลมไผ่น้ำสมุนไพรนำมาผูกมัดอธิฐานกับต้นยางคู่ ถูผ้าทอเครื่องรางลีซูสำหรับพกพา โดยมาความเชื่อของชาวลีซู ช่วยเสริมรักมั่นคง การงานก้าวหน้า สุขภาพแข็งแรง  

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
	กิจกรรมถ่ายรูปชมวิวมุมสูงบริเวณจุดชมวิบบ้านต้นไม้	
	ผ่อนคลายด้วยกิจกรรมอาบแช่พุร้อนไทรงาม ในบรรยากาศแบบชนบทธรรมชาติในพุร้อนไทรงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวกและเส้นทางกิจกรรมสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว 1. แช่ตัวและว่ายน้ำบริเวณพุร้อน 2. ถ่ายรูปบนสะพานไม้ไผ่ 3. กิจกรรมทางเดิน Zipline 4. อาบแดด 5. เดินป่าสำรวจธรรมชาติบริเวณพุร้อนไทรงาม	 
	ร้านขายของ เป็นสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากชุมชนไทรงามและบริการสำหรับด้านผลิตภัณฑ์อุปโภค บริโภคแก่นักท่องเที่ยว	
	ทานมันเทศตากแห้ง potato sweet ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลผลิตชุมชน	มันเทศตากแห้ง potato sweet ผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนบ้านไทรงาม นำมันที่ได้จากการเพาะปลูกนำมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยการนำมันเทศมาตากตากแห้ง มันเทศตากแห้งมีประโยชน์และวิตามินสูง 

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
		อีกทั้งยังมีไฟเบอร์ของอาหารอีกด้วย
	เข้าที่พักโฮมสเตย์ในหมู่บ้านไททรงาม	
	กิจกรรมตอนกลางคืนรับขวัญนักท่องเที่ยว มีการประกอบพิธีกรรมเพื่อปัดเป่าสิ่งไม่ดี ตามความเชื่อของชาวลีซู โดยจะมีเครื่องจักสานที่ทำจากไม้ไผ่ หรือภาษาลีซูเรียกว่า บูผ้อซั่ว หรือ ลายตะเหลว	
	กิจกรรมรื่นเรึงเต้นรำของชาวลีซูการเต้นรำฉลองเรียกว่า “เต็นจะคี” เพื่อขจัดสิ่งชั่วร้าย	
	พักผ่อนตามอัธยาศัย	
	รับประทานอาหารเข้าอาหารพื้นบ้านชาวลีซู	

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าวสามารถสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนได้ ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งพุร้อน **ใน จ. แม่ฮ่องสอน**

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่งนั้น ควรพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นแบบองค์รวม คือ กาย และ จิต เน้นกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยจัดแบ่งเวลาเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพทั้งในหรือนอกที่พักแรมตามความเหมาะสม เช่น การอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร เป็นต้น เนื่องจากจุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ คือ การส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิต และการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีกับคนในท้องถิ่น โดยมีบุคคลที่เป็นคนในชุมชน เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีกับผู้อื่นในระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทักษะ และค่านิยมในการส่งเสริมและรักษาฟื้นฟูสุขภาพให้สมบูรณ์ด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรประจำท้องถิ่นที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมถึงการพักผ่อนหย่อนใจท่ามกลางบรรยากาศธรรมชาติที่สดชื่น และสงบ ก็ช่วยส่งผลให้จิตใจสุขสงบ แจ่มใส ได้ด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้สภาพทางกายภาพและบริการที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง เช่น สภาพแวดล้อม ความงดงามตามธรรมชาติ และสถานที่สงบและรื่นรมย์เพื่อพักผ่อน รวมถึงบริการที่สะดวกสบาย เพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด ประโยชน์ในการพัฒนาสุขภาพและร่างกายและจิตใจโดยรวม ความรู้สึกปลอดภัยของสถานที่ และการดูแลเอาใจใส่ ความสะอาดของสถานที่อาบแช่ การบริการด้วยบุคลากรที่มีทักษะ และได้รับการฝึกอบรมอย่างมืออาชีพ ก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน ผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรตระหนักในการพัฒนาในแบบองค์รวม เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้นแล้วควรมีการพัฒนาสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในชุมชน สินค้าส่งเสริมการท่องเที่ยว สินค้าแปรรูปจากผลิตผลทางการเกษตรที่ผลิต และใช้วัตถุดิบในชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร ที่มีกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อนมากนัก

1.1 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งพุน้ำร้อนแม่ฮ่อมลอง ต.ป่าแป๋ อ.แม่สะเรียง จ.แม่ฮ่องสอน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุน้ำร้อนแม่ฮ่อมลอง ควรพัฒนากิจกรรม และบริการทางการท่องเที่ยว ในแนวทางที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ในสวนป่าธรรมชาติ ที่อนุญาตให้มีการตัดแปลงหรือเปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในพื้นที่โดยเลียนแบบธรรมชาติ ให้มีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุน้ำร้อน คือ “มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา” หรือ “The Valley of Charm” คือ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เป็นภูเขาสลับซับซ้อน เรียนรู้ชีวิตผ่านกิจกรรมเชิงเกษตรวิถีธรรมชาติ รวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีของคนท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ ละเวอะ และปกากะญอ

ทั้งนี้ควรพัฒนากิจกรรมและบริการในพื้นที่ดังกล่าวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม โดยใช้ทรัพยากรหรือวัฒนธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น เป็นหลัก เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะแหล่งพุน้ำร้อนในพื้นที่สวนป่าธรรมชาติ ที่เชื่อมโยงกับชุมชนเกษตรกรรมวิถีชีวิตชนบท ควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัว ที่มีคนหลากหลายช่วงวัยในครอบครัว ตั้งแต่ผู้สูงอายุ ไปจนถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็ก

1.2 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งพุน้ำร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุน้ำร้อนเมืองแปง ควรพัฒนากิจกรรม และบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนในแนวทางที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพภายใต้ภาพลักษณ์สถานที่ของพุน้ำร้อน คือ “มหัศจรรย์แห่งสายน้ำ” หรือ “The Brook of Magic” คือ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เป็นภูเขาและแม่น้ำ ได้อาบแช่พุน้ำร้อนเมืองแปง ทำกิจกรรมล่องแก่งตามลำน้ำปาย ที่นอกจากจะได้ชื่นชมทิวทัศน์ที่งดงาม ของ 2 ผังแม่น้ำปาย ที่มีลักษณะลดหลั่นกันตลอดทางแล้ว ยังได้ศึกษาพันธุ์ไม้ และธรณีนิเวศ ริมฝั่งแม่น้ำปาย ชมความสวยงามของแปลงเกษตรบนพื้นที่สูงขนาดใหญ่ รวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรมประเพณีของคนท้องถิ่น

ทั้งนี้ควรพัฒนากิจกรรมและบริการในพื้นที่ดังกล่าวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ใช้ทรัพยากร หรือวัฒนธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นเป็นหลัก ในการพัฒนา กิจกรรม บริการ และผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะแหล่งพุน้ำร้อนในพื้นที่สวนป่าธรรมชาติและพื้นที่เกษตรกรรมวิถีชีวิตชนบท

1.3 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งพุร้อนไทรงาม ต.แม่นาเติง อ.ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อนไทรงาม ควรพัฒนากิจกรรม และบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนในแนวทางที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพภายใต้ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อน ได้แก่ “ความลึกลับของพงไพร” หรือ “The Mystical Forest” คือให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพท่ามกลางสภาพแวดล้อมป่าอนุรักษ์ เชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยววิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ลื้อ เน้นสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติของพื้นที่ให้มากที่สุด โดยเฉพาะการอาบแช่พุร้อนไทรงามที่มีอุณหภูมิ ไม่ร้อนจนเกินไปสามารถอาบแช่ พร้อมชื่นชมความงามของพุร้อนไทรงามที่เป็นแอ่งน้ำใสรายล้อมด้วยต้นไม้สูงใหญ่ที่คอยให้ร่มเงากลางป่าอนุรักษ์ รวมถึงได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนรู้วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรมประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ลื้อ

ทั้งนี้ควรพัฒนากิจกรรมและบริการในพื้นที่ดังกล่าวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ใช้ทรัพยากร หรือ วัฒนธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นเป็นหลัก ในการพัฒนา กิจกรรม บริการ และผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะแหล่งพุร้อนในพื้นที่สวนป่าอนุรักษ์

3. ผลสำเร็จที่ได้รับจากการวิจัย

ผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและเพิ่มสมรรถนะในการใช้ประโยชน์แหล่งพุร้อนธรรมชาติในจังหวัดแม่ฮ่องสอน รวมทั้งเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อนกรณีศึกษาทั้ง 3 แหล่ง ซึ่งเป็นพุร้อนธรรมชาติที่มีคุณภาพและศักยภาพสูงในพื้นที่พุร้อนกลุ่มภาคเหนือตอนบน โดยเฉพาะประเด็นการสร้างภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ที่เชื่อมโยงกับแหล่งพุร้อน และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น รวมทั้งผลผลิตของโครงการวิจัย ได้แก่ คู่มือแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อน จ.แม่ฮ่องสอน ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนในท้องถิ่นที่สามารถนำ หลักการและองค์ความรู้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาพื้นที่พุร้อนธรรมชาติแหล่งอื่นๆ ได้ในอนาคต

4. การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ได้ดังนี้

4.1 ผลการศึกษากิจการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” จะสามารถเป็นต้นแบบการวางแผนจัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์

และบริการทางการท่องเที่ยวให้แก่พื้นที่ศึกษาสามารถนำไปต่อยอดใช้งานได้ทันที นอกจากนั้นแล้วยังสามารถเป็นกรณีศึกษาสำหรับการเรียนการสอนในด้านการท่องเที่ยว และการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อนได้

4.2 เกิดองค์ความรู้ผสมผสานระหว่าง องค์ความรู้ท้องถิ่น ชุมชน และองค์ความรู้สากลในด้านทฤษฎี อันนำไปสู่ผลการเรียนรู้แก่ชุมชนท้องถิ่นและนักวิจัย

4.3 ชุมชนในพื้นที่ศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้รับความรู้ทางวิชาการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้วยการนำวิถีชีวิต วัฒนธรรมภายในชุมชนมาสร้างภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนและนำมาใช้สร้างอัตลักษณ์ของชุมชน ตลอดจนเกิดการพัฒนาโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ภายใต้การจัดการทรัพยากรภายในชุมชนอย่างเหมาะสม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิชาการให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น

4.4 ผลการวิจัยจะนำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ เนื่องจากผลการศึกษาด้านการสร้างภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทพุร้อนสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน และนำมาสู่ต้นแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลงานในวิจัยในงานวิจัยนี้ ซึ่งนอกจากทางชุมชนในพื้นที่ศึกษาสามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้วยการนำไปดำเนินการ หรือผลิตเชิงพาณิชย์ได้ทันทีแล้ว ยังสามารถนำไปต่อยอดในการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน รูปแบบอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องได้ในอนาคต

4.5 ผลการวิจัยจะช่วยเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน ในชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อน ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้จากโครงการวิจัยนี้ สามารถนำไปเป็นต้นแบบกรณีศึกษาในการนำวิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญาภายในชุมชนมาสร้างภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อน และนำมาใช้สร้างผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวพุร้อนในระดับภูมิภาคและระดับประเทศได้

4.6 ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์โดยตรงกับประชาชนในท้องถิ่นบริเวณแหล่งพุร้อนแม่ฮ่อมลอง พุร้อนเมืองแปง และพุร้อนไทรงาม เมื่อประชาชนในท้องถิ่นสามารถผลิตผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชนได้ด้วยตนเอง โดยใช้ทรัพยากร และวัตถุดิบในชุมชนเอง เพื่อจัดจำหน่าย และให้บริการทางการท่องเที่ยวก็จะนำมาซึ่งการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

5. ข้อเสนอแนะ

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

5.1.1 ผู้นำในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลควรนำผลการวิจัยนี้ไปขยายผลเพื่อกำหนดเป็นนโยบาย และเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อน ในจังหวัดแม่ฮ่องสอนให้มีความสอดคล้องกับฐานทรัพยากร วิถีชีวิต ภูมิปัญญาชุมชน ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย และความสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งพุร้อนแต่ละแหล่งด้วย

นอกจากนั้นแล้วควรสร้างการรับรู้ ให้ผู้นำระดับชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำกลุ่มต่างๆ ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ได้เข้าใจถึงทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และประโยชน์ หรือผลประโยชน์ ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มจะได้รับหากในชุมชนสามารถสร้างผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่ หรือข้อสรุปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการท่องเที่ยวใหม่ ของชุมชน

5.1.2 ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลควรให้คำแนะนำด้านการจัดหาแหล่งทุนสนับสนุน หรือช่วยจัดหาแหล่งทุนสนับสนุนในการจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรต่างๆ เพื่อใช้ในการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการทางการท่องเที่ยวใหม่ของชุมชนให้เป็นไปได้อย่างรูปธรรม เมื่อมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาแล้ว ควรทำการผลักดันช่องทางการประชาสัมพันธ์ หรือช่องทางการขายให้แก่ชุมชนได้ทั้งการขายในแหล่งท่องเที่ยว ร้านค้าประจำชุมชน ตามเทศกาลงานประเพณีระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงช่องทางการขายออนไลน์

5.1.3 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมระดับภาค และสาธารณสุขจังหวัด ควรให้การสนับสนุนด้านบุคลากร และองค์ความรู้ หรือสนับสนุนแหล่งทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ให้ได้คุณภาพ และได้มาตรฐานการผลิตเพื่อจำหน่าย

5.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อหาแนวการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อน ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับฐานทรัพยากร วิถีชีวิต ภูมิปัญญาชุมชน คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย และความสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งพุร้อน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้มีปัญหาและอุปสรรคบางประการที่สามารถสรุปเป็นข้อสังเกต และข้อควรคำนึงถึงในการทำวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

5.2.1 ในการคัดเลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้กลุ่มผู้ผลิตกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในชุมชนนั้น ควรคัดเลือกกลุ่มที่สมาชิกภายในกลุ่มมีความตั้งใจในการเข้าร่วมโครงการ มีความพร้อมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทั้งในขั้นตอนการระดมความคิดเห็นต่อการกำหนดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์

และสามารถติดต่อผู้ประสานงานหรือตัวแทนกลุ่มได้โดยง่าย เพื่อความสะดวกในการสื่อสาร ประสานงาน และจัดการงานวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.2 โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” นั้น ดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาแนวการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้วยมุมมองของนักวิชาการทางการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการออกแบบบริการ และนักวิชาการด้านการตลาด ในอนาคตหากมีโครงการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อน หรือโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียงกับโครงการนี้ ก็ควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมการให้บริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ได้มาตรฐาน รวมถึงการฝึกอบรมการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้คนในชุมชนสามารถบริหารจัดการผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างมืออาชีพ และมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้นแล้วให้ความสำคัญกับการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์สปา เช่น พัฒนาสูตรแชมพู สูตรสบู่ สูตรสมุนไพรขัดผิว สูตรสมุนไพรอบตัว สูตรน้ำมันหอมระเหย รวมถึงผลิตภัณฑ์ อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม สปา หรือผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นสูตรประจำท้องถิ่น และใช้สมุนไพรท้องถิ่น อาทิ ชาสมุนไพร หรือสูตรอาหารที่ใช้สมุนไพรเป็นวัตถุดิบหลัก ทั้งนี้ควรให้ความรู้ในเรื่องการรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ควบคู่ด้วย เพื่อให้ชุมชน ได้มีองค์ความรู้เพิ่มเติมสามารถต่อยอดพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ต่อไปได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน

ชื่อโครงการวิจัย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
สำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน
Development of Wellness Tourism Products and Services for
Hot Spring Tourism Site in Mae Hong Son Province

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี....2561...

ระยะเวลาทำการวิจัย....1....ปี ตั้งแต่.....16 มกราคม พ.ศ...2562...ถึง 15 มกราคม พ.ศ...2563

ชื่อผู้วิจัย ตติยา เทพพิทักษ์¹, ธนวัฒน์ ขวัญบุญ², พชรวัฒน์ สุริยงค์³

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” นั้น มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ข้อได้แก่ 1) เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น งานวิจัยนี้ใช้พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวพุร้อน ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นพื้นที่กรณีศึกษา 3 พื้นที่ ได้แก่ พุร้อนแม่ฮ่องสอน พุร้อนเมืองแปง และพุร้อนไทรงาม

ดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนในพื้นที่ มีการประชุมร่วมวางแผนกับชุมชน ในเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยว วิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เน้นการกระตุ้น ส่งเสริมให้ชุมชน และเครือข่ายรับฟังความคิดเห็นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยใช้คำถาม

¹ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

² ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจเศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

³ ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ปลายเปิด (Open-ended Questions) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และหาข้อสรุปของผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนในแต่ละชุมชน

ผลการวิจัยพบว่าแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง ควรพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแบบองค์รวม คือ กาย และ จิต เน้นกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ชมความงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ รวมถึงทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร เพื่อการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีกับคนในท้องถิ่น

แหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่งนั้นควรพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพตามแนวทางที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์สถานที่ตนเองดังนี้ แหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง ภาพลักษณ์“มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา” คือ เสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ท่ามกลางภูเขาสลับซับซ้อน เรียนรู้วิถีชีวิตผ่านกิจกรรมเชิงเกษตรวิถีธรรมชาติ วัฒนธรรมประเพณีของคนท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ ละเวือะ และปกากะญอ แหล่งพุร้อนเมืองแปง ภาพลักษณ์ “มหัศจรรย์แห่งสายน้ำ” คือ เสนอประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ท่ามกลางภูเขาและแม่น้ำ ได้อาบแช่พุร้อนเมืองแปง ทำกิจกรรมล่องแก่งตามลำน้ำปาย ที่ชื่นชมทิวทัศน์ที่งดงามพร้อมกับศึกษาพันธุ์ไม้ และธรณีนิเวศ ริมฝั่งแม่น้ำปาย ชมความสวยงามของแปลงเกษตรบนพื้นที่สูงขนาดใหญ่ เรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีของคนท้องถิ่น แหล่งพุร้อนไทรงาม ภาพลักษณ์“ความลึกลับของพงไพร” คือ เสนอประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ท่ามกลางป่าอนุรักษ์ เชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยววิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ลื้อ อ่าบแช่พุร้อนไทรงาม พร้อมชื่นชมความงามของพุร้อนที่เป็นแอ่งน้ำใสรายล้อมด้วยต้นไม้สูงใหญ่

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ และบริการทางการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, แหล่งท่องเที่ยวพุร้อน, จังหวัดแม่ฮ่องสอน

Abstract

The research topic “*Development of Wellness Tourism Products and Services for Hot Spring Tourism Site in Mae Hong Son Province*” has three main objectives; there are 1) To study appropriated tourism products and services for health promotion tourism in the hot spring tourism sites in Mae Hong Son Province, 2) To create tourism products and services for wellness tourism in the hot spring tourism sites in Mae Hong Son Province, 3) To propose the guideline for creating tourism products and services for wellness tourism in the hot spring tourism site in Mae Hong Son Province. The study investigated in the three hot springs tourist attractions and their local communities; Mae-Oumlong, Muangpang, Saignam the hot springs of Mae Hong Son province.

The local community participation was conducted as research procedures; in-depth interview with open-ended questions, focus group, and group meeting have been made to collect information about community identity and their local products including finding a conclusion to develop and establish proposed for creating tourism products and services for wellness tourism for the hot spring tourism site in Mae Hong Son Province.

The research found that three case studies of hot spring sites should be developed in holistic model of wellness tourism products and services, physical and mental health, focusing on leisure activities and services for recreation. Such as mineral hot spring bath, Thai massage, herbal steam for health rejuvenation including an experiences exchanging of culture tradition and local life with local people. Each site should be developed wellness tourism products and services in accordance with their own destination images as follows. Destination image of Mae-Oumlong hot spring is “The Valley of Charm”. To create wellness tourism experience among scenery of mountain. Learning local ethnic life, Lua and Karen, through the way of nature, culture, and agriculture. Destination image of Muangpang hot spring is “The Brook of Magic”. To create wellness tourism experiences with mountain and river views including hot springs bath. Rafting along Pai River concurrently with studying vegetation and ecology on the banks of Pai River. Destination image of Saignam hot spring is “The Mystical Forest”. To create wellness tourism among the conservation forests. Linking tourism activities with the way of life of Lisu ethnic groups, while admiring the beauty of Saignam hot spring.

Key words: Tourism Products and Services, Wellness Tourism, Hot Spring Tourism Site, Mae Hong Son Province

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	ก
บทสรุปผู้บริหาร.....	ข
บทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ.....	ร
สารบัญ	ศ
สารบัญภาพ	ท
สารบัญตาราง	ฮ
สารบัญแผนภูมิ	กก
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....	5
1.3 ขอบเขตการวิจัย	5
1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	9
1.5 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย.....	10
1.6 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	13
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.1.1 การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism).....	16
2.1.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	29
2.1.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Products and Services	34
2.1.4 แนวคิดการสร้างแบรนด์สถานที่ (Destination Branding) ทฤษฎีด้าน	46
ภาพลักษณ์สถานที่ (Destination Image) และการสร้างอัตลักษณ์ (Identity)	
2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว.....	56
2.1.6 แนวคิดและแนวปฏิบัติในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)	65
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย.....	74
3.1 ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล.....	74
3.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล	76
3.3 ขั้นตอนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน	76

สารบัญ

	หน้า
3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย.....	78
3.5 การออกแบบและจัดทำเครื่องมือวิจัย.....	79
3.6 กรอบแนวคิดของงานวิจัย.....	81
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย.....	83
4.1 สภาพพื้นที่แหล่งพุร้อนพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แหล่ง.....	83
4.1.1 แหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน	84
4.1.2 แหล่งพุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน	96
4.1.3 แหล่งพุร้อนไทรงาม ต. แม่นาเติง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน	108
4.2 การสำรวจภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง	117
4.2.1 การสำรวจภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ของแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง	117
ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน	
4.2.2 การสำรวจภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง	130
ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน	
4.2.3 การสำรวจภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ของแหล่งพุร้อนไทรงาม	131
ต. แม่นาเติง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน	
4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและสถานการณ์ของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง	141
4.4 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง	145
4.4.1 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง ต. ป่าแป๋	145
อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน	
4.4.2 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง	146
อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน	
4.4.3 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนไทรงาม ต.แม่นาเติง	147
อ.ปาย จ. แม่ฮ่องสอน	
4.5 ผลการวิจัยและการประยุกต์ใช้แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และ บริการ	149
ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน	
4.5.1 ผลการวิจัยตาม วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1	149
เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับ	
การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน	

สารบัญ	หน้า
4.5.2 ผลการวิจัยตาม วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2	153
เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว	
ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัด	
แม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น	
4.5.3 ผลการวิจัยตาม วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3	176
เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว	
ที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อน	
จังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น	
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	183
5.1 สรุปผลการวิจัยและการประยุกต์ใช้แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และ บริการทางการ	184
ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน	
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	194
5.3 ข้อเสนอแนะ	195
5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้	195
5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	196
5.4 การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์	197
บรรณานุกรม	208
ภาคผนวก	212

สารบัญภาพ

ลำดับ		หน้า
ภาพที่ 1-1	แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนเมืองแปง	6
ภาพที่ 1-2	แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนแม่ฮ่อมลอง	7
ภาพที่ 1-3	แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนไทรงาม	8
ภาพที่ 1-4	แสดงแผนภาพแสดงกรอบแนวคิด/กรอบกระบวนการวิจัย	12
ภาพที่ 2-1	แสดงภาพการนอนแช่ออนเซ็นทราย	19
ภาพที่ 2-2	แสดงภาพลำดับการแช่ออนเซ็น	20
ภาพที่ 2-3	แสดงภาพการนอนแช่ออนเซ็นทราย	21
ภาพที่ 2-4	แสดงภาพสัญลักษณ์แสดงกฎและข้อบังคับในการอบทราย	22
ภาพที่ 3-1	ไดอะแกรมการวัดภาพลักษณ์สถานที่ (Echtner and Ritchie, 1991)	80
ภาพที่ 3-2	แสดงกรอบแนวคิดและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	82
ภาพที่ 4-1	แผนที่แสดงขอบเขตการปกครอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน	85
ภาพที่ 4-2	แผนที่แสดงขอบเขตหมู่บ้านในพื้นที่ ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน	86
ภาพที่ 4-3	แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนแม่ฮ่อมลอง	89
ภาพที่ 4-4	แสดงการวางผังและการใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่พุร้อนแม่ฮ่อมลอง สวนป่าสาละวิน	94
ภาพที่ 4-5	แสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในพื้นที่พุร้อนแม่ฮ่อมลอง สวนป่าสาละวิน	95
ภาพที่ 4-6	แผนที่แสดงขอบเขตการปกครอง ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน	97
ภาพที่ 4-7	แผนที่แสดงขอบเขตหมู่บ้านในพื้นที่ ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน	98
ภาพที่ 4-8	แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนเมืองแปง	100
ภาพที่ 4-9	แสดงบรรยากาศการสำรวจเส้นทางล่องแก่งในแม่น้ำปาย	105
ภาพที่ 4-10	รูปแบบการท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งพุร้อนเมืองแปง แม่น้ำปายและพื้นที่เกษตรกรรม	106
ภาพที่ 4-11	แสดงเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงพุร้อนเมืองแปงและแหล่งท่องเที่ยวใน ต. เมืองแปง	107
ภาพที่ 4-12	แผนที่แสดงขอบเขตการปกครอง ต. แม่नादेิง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน	109
ภาพที่ 4-13	แผนที่แสดงขอบเขตหมู่บ้านในพื้นที่ ต. แม่नादेิง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน	110
ภาพที่ 4-14	แสดงสภาพและบรรยากาศทั่วไปของพุร้อนไทรงาม (แม่นะ)	113
ภาพที่ 4-15	แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนไทรงาม	116
ภาพที่ 4-16	แสดงหมู่บ้านละเวอะ ตำบลป่าแป๋	117

สารบัญภาพ

ลำดับ	หน้า
ภาพที่ 4-17 แสดงผ้าทอและเครื่องประดับกลุ่มชาติพันธุ์ละโว้	118
ภาพที่ 4-18 แสดงสร้อยคอด้วยถักประดับลูกปัด (ฮั่นโตะเปะ, ฮั่นมูแอ)	118
ภาพที่ 4-19 แสดงการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ละโว้	119
ภาพที่ 4-20 แสดงการเพาะเห็ดหอมและอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ละโว้	120
ภาพที่ 4-21 แสดงการทำนาข้าวขั้นบันไดของกลุ่มชาติพันธุ์ละโว้	121
ภาพที่ 4-23 แสดงศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของชาติพันธุ์ละโว้	122
ภาพที่ 4-24 แสดงสำนักสงฆ์บ้านป่าแป๋	123
ภาพที่ 4-25 แสดงศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง	124
ภาพที่ 4-26 แสดงหมู่บ้านกลุ่มชาติพันธุ์ลีซอตำบลแม่नाเติง	131
ภาพที่ 4-27 แสดงวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ลีซอ	132
ภาพที่ 4-28 แสดงเครื่องแต่งกายของชาติพันธุ์ลีซอตำบลแม่नाเติง	133
ภาพที่ 4-29 แสดงการทอผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์ลีซอตำบลแม่नाเติง	133
ภาพที่ 4-30 แสดงเครื่องรางความเชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ลีซอตำบลแม่नाเติง	134
ภาพที่ 4-31 แสดงศาสนพิธีบ้านของกลุ่มลีซอ	135
ภาพที่ 4-32 แสดงอารมณ์ความรู้สึกและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ของแหล่งพุร้อนแม่ อุ้มลอง	154
ภาพที่ 4-33 แสดงอารมณ์ความรู้สึก และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ของแหล่งพุร้อน เมืองแปง	156
ภาพที่ 4-34 แสดงอารมณ์ความรู้สึก และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ของแหล่งพุร้อน ไทรงาม	157
ภาพที่ 4-35 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนแม่อุ้มลอง	178
ภาพที่ 4-36 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนแม่อุ้มลอง และกิจกรรมการท่องเที่ยว	179
ภาพที่ 4-37 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อนแม่อุ้มลอง	180
ภาพที่ 4-38 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านป่าแป๋	181
ภาพที่ 4-39 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง	184
ภาพที่ 4-40 แสดงแผนที่ กิจกรรม และบริการการท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง	185
ภาพที่ 4-41 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง	186
ภาพที่ 4-42 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อนไทรงาม	187
ภาพที่ 4-43 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนไทรงาม	189

สารบัญภาพ

ลำดับ	หน้า
ภาพที่ 4-44 แสดงแผนที่ กิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อนไทรงาม	190
ภาพที่ 4-45 แสดงกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อนไทรงาม	
ภาพที่ 5-1 แสดงอารมณ์ความรู้สึกและกลุ่มเป้าหมาย และตราลักษณ์ของแหล่งพุร้อนแม่อูมลอง	195
ภาพที่ 5-2 แสดงอารมณ์ความรู้สึกและกลุ่มเป้าหมาย และตราลักษณ์ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง	195
ภาพที่ 5-3 แสดงอารมณ์ความรู้สึกและกลุ่มเป้าหมาย และตราลักษณ์ของแหล่งพุร้อนไทรงาม	196

สารบัญตาราง

ลำดับ		หน้า
ตารางที่ 2-1	แสดงประเภทของการจัดการพุร้อน 3 ระดับ	29
ตารางที่ 2-2	แสดงข้อมูล 10 อันดับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2559-2561	37
ตารางที่ 2-3	แสดงคำจำกัดความระหว่าง Value Creation และ Value Added	43
ตารางที่ 2-4	ประเด็นเปรียบเทียบการวิจัยแบบดั้งเดิมและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม	66
ตารางที่ 3-1	ข้อมูลที่ต้องการและคำถามสำหรับการสัมภาษณ์	79
ตารางที่ 4-1	สรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนในแหล่งพุร้อนแม่ฮ่องสอน	127
ตารางที่ 4-2	สรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนในแหล่งพุร้อนเมืองแปง	130
ตารางที่ 4-3	สรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนในแหล่งพุร้อนไทรงาม	135
ตารางที่ 4-4	การวิเคราะห์ SWOT พุร้อนแม่ฮ่องสอน อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน	142
ตารางที่ 4-5	การวิเคราะห์ SWOT พุร้อนเมืองแปง อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน	143
ตารางที่ 4-6	การวิเคราะห์ SWOT พุร้อนไทรงาม อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน	144
ตารางที่ 4-7	แสดงการสรุปภาพลักษณ์สถานที่พุร้อนแม่ฮ่องสอน	146
ตารางที่ 4-8	แสดงการสรุปภาพลักษณ์สถานที่พุร้อนเมืองแปง	147
ตารางที่ 4-9	แสดงการสรุปภาพลักษณ์สถานที่พุร้อนไทรงาม (แม่นะ)	148
ตารางที่ 4-10	แสดงแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์พุร้อนแม่ฮ่องสอน	155
ตารางที่ 4-11	แสดงแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์พุร้อนแม่เมืองแปง	156
ตารางที่ 4-12	แสดงแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์พุร้อนไทรงาม	158
ตารางที่ 4-13	แสดงรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนแม่ฮ่องสอน วันที่ 1	158
ตารางที่ 4-14	แสดงรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนแม่ฮ่องสอน วันที่ 2	162
ตารางที่ 4-15	แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนไทรงาม	167
ตารางที่ 4-16	แสดงรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์พุร้อนเมืองแปง	173

สารบัญแผนภูมิ

ลำดับ		หน้า
แผนภูมิที่ 4-1	แสดงการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนแม่อุ้มลอง	145
แผนภูมิที่ 4-2	แสดงการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนเมืองแปง	146
แผนภูมิที่ 4-3	แสดงการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนไทรงาม (แม่นะ)	148

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560- 2564) ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ให้มีความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เน้นการพัฒนาทรัพยากรพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม และยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ เพื่อสร้างทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยว เนื่องจากแนวโน้มพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเปลี่ยนไปจากรูปแบบการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย สะอาด มีการรักษาสภาพแวดล้อมที่ดี รวมทั้งนิยมใช้สื่อสารสนเทศในการท่องเที่ยวมากขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงส่งผลให้ ความต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism/ Tourism for Special Interest/ Tourism for Specific Purpose) นั้นมีมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561) ด้วยนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์จากการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะผ่านการสัมผัสวิถีชีวิตผู้คนและประเพณีท้องถิ่น โดยแท้จริง มากกว่าการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว อาทิ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร (Voluntarism) การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหาร (Gastronomic Tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านการบริการ รูปแบบการท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวและการแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีหลากหลายมากขึ้น

นอกจากนั้นแล้วการสร้างคุณค่าและอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ถือเป็นปัจจัยสนับสนุนในการสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ และบริการทางการท่องเที่ยวอีกทางหนึ่ง ที่เน้นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นผ่านแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่สร้างและกำหนดภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพ ด้วยการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ได้อย่างสอดคล้องกับพฤติกรรมและ

แนวคิดของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใช้ชีวิตอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะการนำเสนอภูมิปัญญา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นที่สะท้อนอัตลักษณ์ความเป็นไทย (Thainess) หรือ “วิถีไทย” มาเป็นจุดขายสำคัญผ่านการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจจากท้องถิ่นไทย (Local Experience) เนื่องจากภูมิปัญญา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นถือเป็นต้นทุนที่สำคัญที่สามารถนำมาสร้างมูลค่าพัฒนา ต่อยอดเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และการบริการการท่องเที่ยว ในด้านต่างๆ ด้วยฐานภูมิปัญญา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมแต่ละท้องถิ่นให้มีความแตกต่างกันได้

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) กำลังได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวทั่วโลก เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวชมความสวยงามทางธรรมชาติเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกวิธีตามหลักวิชาการและมีมาตรฐาน เช่น การนวด/อบ/ประคบสมุนไพร การบริการสวดคนบำบัด (Aromatherapy) และวารีบำบัด (Hydrotherapy) เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ที่มีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับอุตสาหกรรม สปาและสุขภาพ (Spa and Wellness) (ราณี อิสชัยกุล, 2560; คมสิทธิ เกียนวัฒนา, 2561) ปัจจุบันประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ มูลค่าประมาณ 25,000 ล้านบาท มีอัตราการเจริญเติบโตประมาณ 9.1% ต่อปี มีแนวโน้มนักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเพิ่มขึ้นประมาณ 3,000 คนต่อปี และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน ญี่ปุ่น รัสเซียและนักท่องเที่ยวชาวไทย (รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว, 2559; สำนักส่งเสริมและจัดการสินค้าเกษตร, 2560 และศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560) โดยประเทศไทยถือเป็นจุดหมายปลายทางหลักแห่งหนึ่งของนักท่องเที่ยว ด้วยจุดแข็งในด้านภาพลักษณ์ ที่มีธรรมชาติอันสวยงาม ความมีน้ำใจและเป็นกันเองของคนไทย มีประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและมาตรฐานการบริการที่คุ้มค่า

การท่องเที่ยวแหล่งพุร้อนธรรมชาติในประเทศไทย จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพรูปแบบหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ และจังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นหนึ่งในจังหวัดของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ที่มีแหล่งพุร้อนธรรมชาติมากมายถึง 12 แห่ง ได้แก่ พุร้อนผาบ่อง พุร้อนโป่งสีก พุร้อนท่าปาย (โป่งไหม้) พุร้อนโป่งปะ พุร้อนเหมืองแร่ พุร้อนไทรงาม (แม่ณะ) พุร้อนเมืองแปง พุร้อนแม่ฮี้ พุร้อนแม่ฮุ พุร้อนแม่อุ้มลอง พุร้อนหนองแห้ง พุร้อนโป่งจ๊าะและภูโคลนอีก 1 แห่ง นอกจากนี้แล้วจังหวัดแม่ฮ่องสอนยังมีจุดเด่นด้านการ

ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวด้านการท่องเที่ยวเพราะมีความหลากหลายของทางวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ถึง 7 กลุ่ม มีสินค้าท้องถิ่นและผลผลิตทางการเกษตรที่น่าสนใจ อาทิ กระเทียม กาแฟ ผลิตภัณฑ์จากงาดำ ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวจากน้ำแร่และโคลนธรรมชาติจากภูโคลน มีผลิตภัณฑ์ ผ้าทอมือและผ้าขนแกะทอมือ ซึ่งผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเหล่านี้สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อนได้ ซึ่งสอดคล้องกับการที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนได้มีความพยายามส่งเสริมเพื่อพัฒนาแหล่งพุร้อนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแม่ฮ่องสอน พ.ศ. 2561- 2564 ขึ้นโดยกำหนดให้จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็น “เมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วิถีชีวิตวัฒนธรรมและสุขภาพ” มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น การจัดการท่องเที่ยวและบริการเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วิถีชีวิต สุขภาพและการเกษตรปลอดภัย สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การพักผ่อน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวรวมทั้งการเสริมสร้างศักยภาพ เพื่อพัฒนาแหล่งพุร้อนทั้งจังหวัดเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและเมืองสปาในอนาคต ภายใต้แนวคิด “แม่ฮ่องสอน: มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา (Mae Hong Son: The Valley of Charm)” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

ถึงแม้ว่าจะมีการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ จากทางภาครัฐไว้อย่างชัดเจน แต่ปัจจุบันยังไม่มีการศึกษาวิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพทางการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนธรรมชาติ จ.แม่ฮ่องสอน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติที่เป็นผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Products and Services) ที่สามารถนำเสนอภาพลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นของแหล่งน้ำพุร้อน เพื่อแสดงออกถึงจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าได้ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องดำเนินการศึกษาเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนธรรมชาติในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ให้มีผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากฐานทรัพยากรท้องถิ่นได้

จากผลการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแหล่งพุร้อนธรรมชาติในประเทศไทยที่ผ่านมาของอรณพ หอมจันทร์และคณะ (2560, 2558, 2556) พบว่า แหล่งพุร้อนในหลายพื้นที่ต่างประสบปัญหาด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบริการทางการท่องเที่ยวให้มีความ

สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบริการทางการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม จึงทำให้ไม่สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนโดยรอบแหล่งพุร้อนน้ำร้อนได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจแหล่งพุร้อน จ.แม่ฮ่องสอน ทั้ง 12 แหล่งเบื้องต้นเพื่อสำรวจศักยภาพด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อน พบว่ามีแหล่งพุร้อน 6 แห่ง ได้แก่ พุร้อนผาบ่อง พุร้อนหนองแห้ง พุร้อนเมืองแปง พุร้อนไทรงาม พุร้อนแม่อูมลอง และพุร้อนท่าปาย มีศักยภาพสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพได้ โดยพุร้อนผาบ่อง พุร้อนหนองแห้งและพุร้อนท่าปาย ได้มีการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแล้ว ในขณะที่พุร้อน 3 แห่ง ได้แก่ พุร้อนเมืองแปง พุร้อนไทรงาม (แม่นะ) และพุร้อนแม่อูมลอง อยู่ระหว่างเริ่มต้นการพัฒนาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวและมีความต้องการในการศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพให้มีความเหมาะสมกับฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นอย่างเร่งด่วน

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติทั้ง 3 แห่ง ดังกล่าว ให้สอดคล้องกับรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีลักษณะเฉพาะและสอดคล้องกับภาพลักษณ์ ภูมิปัญญา วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นของตนได้ โดยคาดหวังว่าผลผลิตจากการวิจัยนี้จะสามารถเป็นตัวอย่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติ จ.แม่ฮ่องสอนได้ อีกทั้งช่วยส่งเสริมให้ชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว วิสาหกิจชุมชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดแม่ฮ่องสอนสามารถพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวแหล่งพุร้อนธรรมชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถให้บริการ และรองรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามยุทธศาสตร์ “เมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วิถีชีวิตวัฒนธรรมและสุขภาพ” ได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถขยายผลการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวแหล่งพุร้อนธรรมชาติทั้งในระดับภูมิภาค ไปสู่ระดับประเทศเพื่อให้ได้มาตรฐานการจัดการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในระดับสากลได้ในอนาคต

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน
- 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

โครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่และกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ศึกษาแหล่งพุร้อนในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยทำการคัดเลือกพื้นที่พุร้อนกรณีศึกษาจากการประเมินคุณค่า ศักยภาพและปัจจัยสภาพทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและภาพลักษณ์สถานที่ที่มีความแตกต่างกันของแหล่งพุร้อน ซึ่งในการคัดเลือกพื้นที่กรณีศึกษานั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาด้านศักยภาพและสภาพของแหล่งพุร้อนแต่ละแห่ง และจากการประเมินแหล่งพุร้อนเพื่อคัดเลือกเป็นพื้นที่กรณีศึกษาตามหลักการดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงคัดเลือกพื้นที่โดยพิจารณาจากทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และบริบทชุมชนโดยรอบแหล่งพุร้อน รวมถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการศึกษาเพื่อนำผลวิจัยใช้ในอนาคตนั่น โครงการวิจัยนี้ได้คัดเลือกแหล่งพุร้อนในจังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อเป็นกรณีศึกษาดังนี้

1) แหล่งพุร้อนเมืองแปง ต.เมืองแปง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน เป็นแหล่งพุร้อนสามารถเข้าถึงได้โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1265 บริเวณโดยรอบแหล่งพุร้อน มีการใช้ประโยชน์พื้นที่เชิงเกษตรกรรมโดยเฉพาะเกษตรกรรมเชิงเดี่ยวหรือพื้นที่ปลูกพืชหมุนเวียนเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ กระเทียม ถั่วเหลือง ข้าวโพดและมัน ตั้งอยู่ที่ ต.เมืองแปง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน

ที่ตั้งตามพิกัดภูมิศาสตร์ พิกัด UTM (WGS 1984) X 441383.883000, Y 2126188.128000



ภาพที่ 1-1 แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนเมืองแปง

2) แหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง ตำบลแม่สะเรียง อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็นแหล่งพุร้อนในพื้นที่ธรรมชาติกึ่งสันโดษเข้าถึงด้วยยานยนต์ (Semi-Primitive Motorized) เป็นแหล่งพุร้อนที่ห่างไกล มีความสันโดษและเป็นธรรมชาติ อาจมีการตัดแปลงแต่ยังคงกลมกลืนกับธรรมชาติ มีถนนเข้าถึง ตั้งอยู่ในสวนป่าสาละวิน องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ภาคเหนือบน บ้านแม่อุ้มลอง ตำบลแม่สะเรียง อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ที่ตั้งตามพิกัดภูมิศาสตร์ พิกัด UTM (WGS 1984) X 394246.844000, Y 2013373.488000



ภาพที่ 1-2 แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนแม่อุ้มลอง

3) แหล่งพุร้อนไทรงาม (แม่น้ำ) ตั้งอยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย บ้านไทรงาม ตำบล
แม่น้ำเต็ง อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ที่ตั้งตามพิกัดภูมิศาสตร์ พิกัด UTM (WGS 1984) X 434856.107000, Y 2151739.993000



ภาพที่ 1-3 แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนไทรงาม

1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

การสร้างขีดความสามารถในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อน
จังหวัดแม่ฮ่องสอนนั้น มีผู้ให้ข้อมูลหลักในส่วนของคุณสมบัติ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ
ท่องเที่ยวในแหล่งพุร้อนทั้งภาครัฐ และประชาชนในชุมชนบริเวณพุร้อน รวมถึงองค์กรปกครองส่วน
ท้องถิ่นในเขตพื้นที่แหล่งพุร้อนแม่ฮ่องสอน และพุร้อนไทรงาม จังหวัดแม่ฮ่องสอน
ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยทำ
การเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะการดำเนินการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เน้นการกระตุ้น ส่งเสริม
ให้ชุมชน และเครือข่าย รับฟังความคิดเห็นแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth
Interview) โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) การสนทนากลุ่ม ประชุมร่วมวางแผน
กับชุมชนและกลุ่มมืออาชีพ มีการสังเกตและสะท้อนข้อมูลนำไปวางแผนพัฒนาในลักษณะวิจัยเชิง

ปฏิบัติการ เน้นการพัฒนาลิขสิทธิ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน ในรูปแบบที่สอดคล้องกับ วิถีชีวิต วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งผู้วิจัยใช้การจดบันทึก บันทึกเทป และศึกษาค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมจากข้อมูลภาคเอกสาร

1.3.3 ขอบเขตด้านช่วงเวลา

โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอน” จะทำการศึกษา รวบรวมภูมิปัญญา ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นในพื้นที่พุร้อนที่เป็นพื้นที่ศึกษา มาวิเคราะห์เป็นข้อมูลในการออกแบบและพัฒนาลิขสิทธิ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน ที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของแหล่งพุร้อน โดยกำหนดระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยทั้งสิ้น 12 เดือน

1.3.4 ขอบเขตด้านการพัฒนาลิขสิทธิ์และบริการด้านการท่องเที่ยว

ออกแบบและสร้างต้นแบบ (Prototype) ที่ผ่านการศึกษาข้อมูลและคัดเลือกกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน ให้สอดคล้องกับข้อมูลที่ของพื้นที่ อาทิ สภาพแวดล้อม ทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงความสามารถในการผลิต วัสดุ และกรรมวิธีของชุมชน

1.3.5 ขอบเขตด้านเนื้อหา

โครงการวิจัยได้กำหนดขอบเขตเชิงเนื้อหาโดยทำการศึกษา พัฒนา และออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อน จ. แม่ฮ่องสอน รวมถึงจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์และบริการ (Prototype) ทางการท่องเที่ยวพุร้อน ให้แก่พุร้อนทั้ง 3 แหล่ง เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนในพื้นที่แหล่งพุร้อนสามารถนำองค์ความรู้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาพุร้อนได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยการวิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาจากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
- 2) การท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 3) การพัฒนาลิขสิทธิ์และบริการด้านการท่องเที่ยว
- 4) การสร้างแบรนด์สถานที่ ภาพลักษณ์สถานที่ และการสร้างอัตลักษณ์

- 5) พฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว
- 6) แนวคิดและแนวปฏิบัติในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย (Operational Definition)

1) ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Products and Services) หมายถึง

ผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เป็นสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน จำแนกออกได้ดังนี้

1.1 สินค้าที่สามารถจับต้องได้ เช่น ผลิตภัณฑ์และสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น

1.2 สินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ เช่น กิจกรรม และบริการ เส้นทางท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทาง ที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชม อาจเป็น ชุมชน หรือ พื้นที่เชิงเกษตร เป็นต้น

2) ภาพลักษณ์สถานที่ (Destination Image) หมายถึง

การนำลักษณะเด่นของสถานที่ มาสร้าง หรือแสดงแทนภาพภาพลักษณ์โดย(Overall Image) ของสถานที่ เพื่อให้เกิดการรับรู้และความประทับใจ (Cognitive Image) ของสถานที่ มีทัศนคติ (Affective Image) และความทรงจำที่ดี ความดึงดูดใจต่อสถานที่นั้นๆ ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ลักษณะทางกายภาพที่ทำให้เกิดการจดจำ (Attribute) แสดงคุณประโยชน์ของสถานที่ (Benefit) แสดงคุณค่าของสถานที่ (Value) และ แสดงบุคลิกภาพ (Personality)

3) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) หมายถึง

การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อน หย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทพุร้อนเพื่อรักษาและฟื้นฟูสุขภาพ

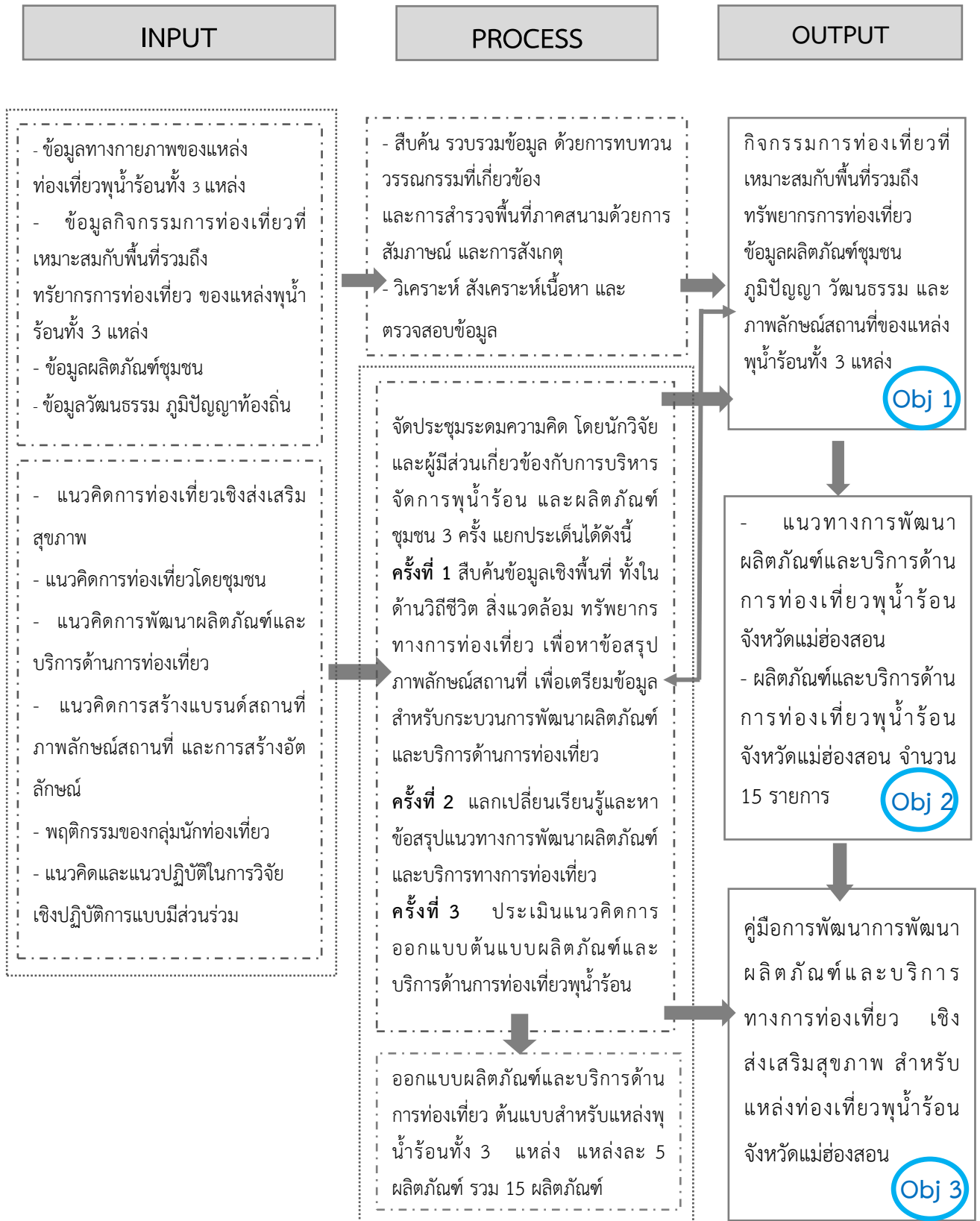
4) พุร้อน (Hot spring) หมายถึง

แหล่งที่น้ำไหลขึ้นมาจากใต้ดินและมีอุณหภูมิสูงกว่าอุณหภูมิของร่างกายมนุษย์ ซึ่งสามารถแบ่งได้หลายประเภทตามเกณฑ์ต่าง ๆ เช่น ลักษณะทางกายภาพ ปริมาณแร่ธาตุที่ละลายในน้ำ โดยสามารถแบ่งตามลักษณะทางกายภาพได้ 4 ประเภท ได้แก่ พุร้อนไกเซอร์ (Geyser) พุร้อน (Hot Spring) พุก๊าซ (Fumarole) และ พุโคลน (Mud Pot) หากจำแนกตามปริมาณแร่ธาตุที่ละลายในน้ำ สามารถจำแนกได้ 4 ประเภท ได้แก่ พุร้อนทั่วไป (Simple Springs) ที่ประกอบด้วยธาตุคาร์บอน แคลเซียมและแร่ธาตุอื่นๆ น้อยกว่า 1 กรัม/ลิตร พุร้อนคาร์บอเนต (Carbonate Springs) พุร้อนน้ำเค็ม (Salt Springs) และ พุร้อนแอลคาไล (Alkaline Springs)

1.5 กรอบแนวคิดของงานวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” นั้นเป็นการนำข้อมูลทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่น ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินการออกแบบสร้างมูลค่าเพิ่มด้านผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ใช้การดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน โดยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย และกรอบกระบวนการวิจัยไว้ตามแผนภาพ ดังนี้

ภาพที่ 1-4 แผนภาพแสดงกรอบแนวคิด/กรอบกระบวนการวิจัย



1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับของงานวิจัยทางตรงที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยมีดังนี้

- 1) ได้แนวทางในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับแหล่งพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอน
- 2) ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมกับแหล่งพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอน
- 3) ได้คู่มือการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับการท่องเที่ยวพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอน และตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับการท่องเที่ยวพุร้อน
- 4) คนในชุมชนได้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ แก่ ชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว วิทยกิจชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแหล่งพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอน

นอกจากนั้นแล้วผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาหรือเพิ่มสมรรถนะในการใช้ประโยชน์แหล่งพุร้อนในพื้นที่ภาคเหนือ โดยเฉพาะแหล่งพุร้อนภาคเหนือตอนบน กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ตามยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและสปาตามเส้นทางสายพุร้อน เมืองสปาและหมู่บ้านพุร้อนต้นแบบนำร่องเส้นทางที่ 1 (Route 1) เชียงใหม่-เชียงราย-แม่ฮ่องสอนและยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแม่ฮ่องสอน พ.ศ. 2561- 2564 ที่มุ่งส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพในเชิงนิเวศ วิถีชีวิตวัฒนธรรม สุขภาพและเกษตรปลอดภัยโดยกำหนดให้จังหวัดแม่ฮ่องสอนเป็น “เมืองแห่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วิถีชีวิตวัฒนธรรมและสุขภาพ” รวมทั้ง “แม่ฮ่องสอนโมเดล” ที่กำหนดเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชนและสร้างสรรค์เศรษฐกิจใหม่ สนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและการพักผ่อน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบริการต่อเนื่องรวมทั้งการเสริมสร้างศักยภาพ การวางระบบการบริหารจัดการแหล่งพุร้อนทั้งจังหวัดเพื่อพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและเมืองสปาในอนาคต ภายใต้แนวคิด “แม่ฮ่องสอน: มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา (Mae Hong Son: The Valley of Charm)” โดยงานวิจัยจะเป็นประโยชน์ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน เชียงส่งเสริมสุขภาพดังต่อไปนี้

1) แก้ปัญหาในการดำเนินงานของหน่วยงานในพื้นที่พุร้อน

ผลการศึกษาการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอน” จะสามารถเป็นพื้นที่ตัวอย่างและแหล่งเรียนรู้สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาพื้นที่รวมทั้งการเรียนการสอนในด้านการท่องเที่ยว การจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งการวางแผนทางด้านผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวและการสร้างภาพลักษณ์สถานที่ของการท่องเที่ยวประเภทพุร้อนได้

2) เป็นองค์ความรู้ในการวิจัยต่อไป

เกิดองค์ความรู้ผสมผสานระหว่าง องค์ความรู้ท้องถิ่น ชุมชน และองค์ความรู้สากลในด้าน ทฤษฎี อันนำไปสู่ผลการเรียนรู้แก่ทั้งชุมชนและการศึกษา

3) บริการความรู้แก่ประชาชน

สามารถพัฒนาแหล่งพุร้อนให้มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่เกิดการ เรียนรู้ใน การสร้างอัตลักษณ์และมีส่วนร่วมของชุมชน ในการจัดการการท่องเที่ยวได้ อีกทั้งนักท่องเที่ยว ที่ไปเยือนเกิดการเรียนรู้ตามระบบการท่องเที่ยวผสมผสานระหว่างทรัพยากรทางสิ่งแวดล้อมและ วัฒนธรรมท้องถิ่น

4) บริการความรู้แก่ภาครัฐกิจ

ภาครัฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้รับความรู้ทาง วิชาการด้านแหล่งพุร้อนและการนำทุนสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาสร้างอัตลักษณ์และ ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนเกิดการพัฒนาโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ภายใต้การ จัดการสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

5) นำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์

ผลการศึกษาสามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นต้นแบบในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และ บริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในเชิง

วิชาการและการให้บริการต่าง ๆ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้รับประโยชน์โดยตรงจากการผล
การศึกษาในครั้งนี้ ไปต่อยอดในการสร้างผลผลิตที่เกี่ยวข้องได้ในอนาคต

6) เป็นประโยชน์ต่อประชากรกลุ่มเป้าหมาย

ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์โดยตรงกับประชาชนในท้องถิ่นบริเวณแหล่งพุร้อนที่ได้รับการ
พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิชาการ ซึ่งเป็นการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นทางด้านเศรษฐกิจ
และสังคม

7) การใช้ประโยชน์งานวิจัยของหน่วยงานต่างๆ

หน่วยงานที่สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ได้แก่ สาขาวิชาการท่องเที่ยวการออก
แบบอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น สาขาทางด้านสังคมศาสตร์และการพัฒนาชุมชน องค์การ
บริหารงานในท้องถิ่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยว สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ เป็นต้น

แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอน” ได้ทำการศึกษา ค้นคว้าและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยแยกเป็นขอบเขตของเนื้อหาได้ดังต่อไปนี้

- 2.1.1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
- 2.1.2) การท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.1.3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว
- 2.1.4) การสร้างแบรนด์สถานที่ ภาพลักษณ์สถานที่ และการสร้างอัตลักษณ์
- 2.1.5) พฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว
- 2.1.6) แนวคิดและแนวปฏิบัติในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

2.1.1 การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ ขณะที่ราณี อธิชัยกุล (2560) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ที่สวยงามงดงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจด้วยการแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ โดยทั่วไปการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจึงมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษา และสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิตให้สดชื่นผ่อนคลายเป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรงปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุลและสามารถนำกลับไปปรับประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนไปท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่นแจ่มใส

ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เห็นวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปพักผ่อนยังต่างจังหวัด ซึ่งปัจจุบันนิยมกันมากในรูปแบบของศูนย์สุขภาพ โดยมีหลักสำคัญ คือ สถานที่นั้นควรมีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม รมรื่น สะอาด ปราศจากมลพิษ และมีสิ่งอำนวยความสะดวก มีความปลอดภัย ตลอดจนมีบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านสุขภาพ อนามัย สุขภาพกาย สุขภาพจิตที่พร้อมจะช่วยให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ควรมีระบบการจัดการด้านการออกกำลังกายและสันทนาการที่ถูกต้องและปลอดภัยโดยจัดแบ่งเวลาให้เหมาะสม มีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการพัฒนาสุขภาพทางด้านร่างกายและจิตใจ โดยมีแพทย์และพยาบาลคอยดูแล และพร้อมที่จะปฏิบัติการได้ทันที เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ ความรู้ประสบการณ์ ความประทับใจหลายด้าน พร้อมทั้งจะกลับไปพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีสืบต่อไป โดยสอดคล้องกับสรุปพล ศิริวิทยา และคณะ (2546) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวสวยสดงดงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตและการพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากมีลักษณะสำคัญเป็นการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติเรียนรู้วิถีการใช้หลังจากธรรมชาติมาบำบัดและสร้างเสริมสุขภาพ ทั้งร่างกายและจิตใจให้สดชื่นผ่องใส แล้วสามารถนำกลับมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยส่วนใหญ่มักนิยมจัดการเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจในชนบทต่างจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงามและพักผ่อนในโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีศูนย์สุขภาพ

ในขณะที่ ธานี อธิชัยกุล (2560) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพนั้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยว โดยสามารถจำแนกตามลักษณะได้เป็น 2 ระดับดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยว หรืออยู่ในระยะพักฟื้น การท่องเที่ยวลักษณะนี้นักท่องเที่ยวต้องการอากาศที่บริสุทธิ์อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีและเป็นธรรมชาติ ได้รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและออกกำลังกายเบา ๆ เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ สถานที่ท่องเที่ยวที่ให้บริการลักษณะนี้ เช่น ชีวาครมและสถานพักตากอากาศชายทะเล เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่มีสุขภาพแข็งแรงอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้กำลังเป็นที่นิยมอย่างสูงทั่วโลก เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตนเองภายใต้สภาพแวดล้อมที่เสื่อมโทรมในปัจจุบัน โดยการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพอย่างถูกวิธี เช่น การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ การฝึกไทเก๊ก การอาบแร่หรือสปา การนวดแผนโบราณ การ

รับประทานสมุนไพร การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและการพักผ่อนในที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ใกล้ธรรมชาติมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยมีสถานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพหลายประเภท

จากความหมายดังกล่าว การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมีความใกล้เคียงกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพซึ่งตามหลักการสามารถจำแนกได้ตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชม

สถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักผ่อนหรือนอกที่พักผ่อนอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการและมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด / อบ / ประคบสมุนไพร การบริการสวดมนต์บำบัด (Aroma Therapy) และวารีบำบัด (Water Therapy) การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การฝึกปฏิบัติสมาธิแนวพุทธศาสนา การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ โดยทั่วไปมักนิยมการเดินทางไปท่องเที่ยวในชนบทต่างจังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สวยงาม โดยจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นด้วยและเลือกพักผ่อนในสถานที่พักตากอากาศประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีศูนย์สุขภาพหรือศูนย์กีฬาให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่มีมาตรฐานคุณภาพอย่างแท้จริง เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่พักผ่อนนั้นๆ จัดไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นในการให้บริการดังกล่าวแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และผู้ให้บริการจึงต้องดำเนินการพัฒนาบริการ จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพจึงถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับการนิยมแพร่หลายเป็นอย่างมากและมีประโยชน์ในการสร้างจิตสำนึกต่อการส่งเสริมสุขภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวรวมทั้งการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมไปในตัวอีกด้วย

2) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Heath Healing Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่างๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศและอื่นๆ เป็นต้น ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้ให้บริการต้องดำเนินการพัฒนาบริการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมบำบัดรักษาสุขภาพที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและได้

มาตรฐานคุณภาพที่เหมาะสม การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งประโยชน์ต่อการรักษาฟื้นฟูสุขภาพนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

ตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพของประเทศญี่ปุ่น การอบทรายร้อนเป็นที่นิยมและคุ้นเคยในประเทศญี่ปุ่นมานานกว่า 300 ปีแล้วโดยอาจารย์คณะแพทย์จากมหาวิทยาลัยคาโกชิม่า ได้ค้นพบว่าการอบทรายร้อนนั้นจะช่วยเรื่องการไหลเวียนของโลหิต การขจัดพิษ (Detoxication) การควบคุมน้ำหนัก บำรุงผิวพรรณให้สดใสสุขภาพดีและยังมีสรรพคุณในการรักษาอาการปวดเมื่อยได้ ดังนั้นจึงทำให้การอบทรายร้อนได้มีการสืบทอดมาตั้งแต่สมัยเอโดะ และเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจนกระทั่งปัจจุบันเริ่มกลายเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยเช่นกัน

นุซวดี คณิตกุล (ม.ป.ป.) ได้กล่าวใน Ibusuki Sand Bath : “ผ่อนคลายความเหนื่อยล้าด้วยการนอนแช่ออนเซ็นทรายที่คาโกชิม่าว่า ถ้าพูดถึงออนเซ็นภาพที่จะผุดขึ้นมาในหัวเราก็จะเป็นภาพชุดยูคาตะกับผ้าเช็ดตัวผืนเล็ก ใช้เป็นอุปกรณ์ในการไปแช่ออนเซ็นที่เป็นบ่อน้ำพุร้อน แต่ออนเซ็นที่เมืองอิบุสุกิ (Ibusuki) จังหวัดคาโกชิม่า (Kagoshima) ได้เปลี่ยนภาพออนเซ็นในหัวของเราไปทั้งหมด ออนเซ็นของที่นี่ไม่ได้เป็นออนเซ็นที่เป็นน้ำพุร้อนอย่างที่เราคุ้นเคยกัน แต่เป็นทรายอยู่ที่ริมทะเลเลยละ สาเหตุที่เป็นออนเซ็นแบบทรายก็เพราะว่าที่ใต้ผืนทรายของหาดนี้ได้รับความร้อนจากแหล่งออนเซ็นนั่นเอง โดยอุณหภูมิก็จะสูงตั้งแต่ประมาณ 50-55 องศา แต่ก็ขึ้นอยู่กับว่าเราฝังตัวเองลงในทรายลึกแค่ไหนและผิวเราได้รับความร้อนได้แค่ไหนด้วย การแช่ตัวลงในออนเซ็นทราย เราไม่ได้ทำเองจะมีผู้ช่วยเราในการชุดทรายขึ้นมาและช่วยกลบตัวเราลงไป ยังมีริมทางให้เราเพื่อไม่ให้ผิวหน้าโดนแดดไหม้ไปซะก่อนประโยชน์ของการแช่ออนเซ็นที่นี่เขาก็บอกว่า การที่ให้ร่างกายได้รับความร้อนจากทรายจะทำให้เลือดไหลเวียนได้ดีขึ้น ช่วยเรื่องภูมิแพ้เกี่ยวกับผิวหนัง แถมเป็นการช่วยลดน้ำหนักได้อีก แช่เสร็จก็จะรู้สึกสดชื่น”



ที่มา : edition.cnn.com

Chillchilljapan (2019) ทางตอนใต้ของคิวชูเป็นพื้นที่ในแถบที่อยู่ใกล้ภูเขาไฟ ทำให้มีทรายร้อนที่มีแร่ธาตุและวิตามินมากมาย ที่มีคุณสมบัติที่ดีต่อสุขภาพหลายด้าน ทำให้ชาวเมืองในแถบนี้นิยมอบทรายร้อนกันมาก นอกจากจะทำให้ผิวสวยสุขภาพดีแล้ว คนญี่ปุ่นยังถือว่าการอบทรายร้อนนั้นช่วยให้ระบบภายในดีขึ้นอีกด้วย เช่น ช่วยเรื่องระบบหมุนเวียนเลือด รักษาโรคผิวหนัง โรคไขข้ออักเสบ และอาการปวดเมื่อย ซึ่งเมืองเบปปุก็เป็นอีกเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมมาอบทรายร้อน



ที่มา : <https://breathemyworld.com/sand-bath/>

ขั้นตอนการอบทรายเริ่มจากการเข้าไปเปลี่ยนชุดเป็นชุดยูกาตะ แล้วก็เข้าไปบริเวณพื้นที่ที่เราจะทำการอบทรายร้อน ซึ่งภายในก็จะมีทรายร้อนรอเราอยู่แล้ว โดยบางที่จะมีเจ้าหน้าที่คอยช่วยโกยทรายให้เราเมื่อเรานอนลงไป เจ้าหน้าที่ก็จะกลบทรายให้เราเสร็จเรียบร้อย เมื่อกลบทรายลงบนตัวแล้วก็นอนรอไปสัก 10-15 นาที จากนั้นก็ลุกขึ้นมาล้างออกตัวให้สะอาด เตรียมพร้อมสำหรับการแช่ออนเซ็นต่อไป เพราะร่างกายเรากำลังมีอุณหภูมิที่เหมาะสมเหมาะแก่การแช่น้ำร้อน



ที่มา : Thilo Hilberer

การอบทรายร้อนเป็นอีกหนทางที่เหมาะสมกับคนที่อยากลดน้ำหนักให้ได้ผล เพราะเป็นการเพิ่มอุณหภูมิของร่างกายให้สูงขึ้นยิ่งอบร้อนในฤดูหนาวแล้วต่อออนเซ็นจะยิ่งสดชื่น จะได้สัมผัสถึงการเผาผลาญของไขมันในร่างกาย แต่ห้ามไม่ให้ผู้ป่วยโรคหัวใจ โรคปอด โรคความดันโลหิตสูง และหญิงมีครรภ์เข้าใช้บริการอบทรายร้อนโดยเด็ดขาดเพราะจะทำให้เกิดอันตรายได้



ที่มา : chillchilljapan.com

กฎและข้อบังคับในการอบทราย

- ถอดรองเท้าก่อนเข้าห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าและเก็บเสื้อผ้าเข้า locker
- ผู้หญิงที่เป็นประจำเดือนและตั้งครรภ์ไม่สามารถเข้าใช้ได้
- ผู้ป่วยโรคหัวใจ โรคปอด โรคความดันโลหิตสูง ไม่ควรเข้าใช้
- ห้ามกินแอลกอฮอล์ก่อนเข้าอบทราย
- ควรแช่ไม่เกิน 10-15 นาทีแล้วแต่บุคคล
- ถ้าอุณหภูมิของทรายสูงหรือต่ำเกินไปควรแจ้งเจ้าหน้าที่ทันที

ซึ่งการจัดรูปแบบกิจกรรมการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มักพบในโปรแกรมท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง เสนอขายให้กับนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างหลากหลายได้แก่ การนวดแผนไทย การอบประคบสมุนไพร สุคนธ์บำบัด (Aroma Therapy) การบริการอาบน้ำแร่ (Spa) วารีบำบัด (Water Therapy) และการบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพร รวมถึง การบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม การนำสารสกัดจากสารธรรมชาติและสมุนไพรมาใช้ในการผลิตเครื่องสำอางเพื่อลดอันตรายและการแพ้สารสังเคราะห์ เป็นต้น (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

จากรายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว พ.ศ. 2559 โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้ทำการวิเคราะห์ศักยภาพ จุดแข็ง จุดอ่อนและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย โดยสรุปว่า ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย คือ การท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมเกี่ยวกับสุขภาพร่วมอยู่ด้วยโดยตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นได้ถูกพัฒนาและบูรณาการมาอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการให้มีความสุขทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ทั้งนี้ประเทศไทยซึ่งมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพด้วยปัจจัยหนุนหลายประการ โดยเฉพาะคุณภาพของบุคลากรผู้ให้บริการทั้งด้านการท่องเที่ยวและบริการด้านการแพทย์ สามารถสร้างรายได้จากตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้าประเทศจำนวนมาก ซึ่งสามารถสรุปศักยภาพ จุดแข็ง จุดอ่อนและอุปสรรคของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทย ได้ดังนี้

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของไทย

จากผลการศึกษาของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2559) ระบุว่าประเทศไทยมีความได้เปรียบในบริการด้านสุขภาพหลายประการ โดยเฉพาะความพร้อมในด้านบุคลากรทางการแพทย์ ที่มีความสามารถเชี่ยวชาญในโรคเฉพาะทาง และค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าด้วยบริการที่มีคุณภาพในมาตรฐานระดับเดียวกับประเทศที่พัฒนาแล้ว รวมทั้งยังมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวและบริการรองรับด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากลซึ่งเกื้อหนุนต่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยสามารถวิเคราะห์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทย ดังนี้

จุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทย คือ

1. ความคุ้มค่าเงินที่จ่ายไปทั้งด้านการท่องเที่ยวและด้านสุขภาพ
2. ความพร้อมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างหลากหลายในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ เอื้อต่อการท่องเที่ยวพักผ่อนและการพักผ่อนหลังการบำบัดรักษา
3. ความพร้อมของบริการด้านการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากล โดยเฉพาะด้านที่พัก
4. ความพร้อมของบุคลากรด้านการแพทย์ที่เชี่ยวชาญ ทั้งแพทย์และพยาบาลซึ่งมีอรรถาศัยที่ดีและจิตใจโอบอ้อมอารี
5. สถานพยาบาลของไทยหลายแห่งได้มาตรฐานระดับนานาชาติ (Joint Commission International - JCI)
6. ความมีชื่อเสียงด้านการแพทย์เฉพาะทาง จากความเชี่ยวชาญของแพทย์ ความทันสมัยด้านอุปกรณ์และเทคโนโลยีทางการแพทย์และการค้นคว้าวิจัยด้านการแพทย์แขนงต่างๆ
7. ทักษะด้านบริการส่งเสริมสุขภาพ โดยเฉพาะการนวดแผนไทย และสปา ซึ่งใช้สมุนไพรไทย ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

จุดอ่อนด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทย คือ

1. ระยะเวลาพำนักของชาวต่างชาติที่เข้ามารักษาในประเทศไทยและผู้ติดตามโดยไม่ต้องทำวีซ่า เพียง 30 วัน ไม่เอื้อต่อการเดินทางเข้ามารักษาบางโรคที่ใช้เวลานาน
2. ข้อจำกัดด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษของคนไทย
3. การกำหนดเพดานการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติไว้ที่ร้อยละ 49 ไม่ดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ โดยเฉพาะการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ รวมทั้งอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ ที่ยังต้องพึ่งการนำเข้าจากต่างประเทศ
4. สถานการณ์ความไม่สงบในประเทศและภัยธรรมชาติ ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในประเทศไทยของบรรดานักท่องเที่ยวต่างชาติ

โอกาสด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทย คือ

1. แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุ (อายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป) ในประเทศที่พัฒนาแล้ว ทำให้ความต้องการที่พำนักระยะยาว (Long Stay) ซึ่งรวมทั้งบริการด้านสุขภาพในต่างประเทศเพิ่มขึ้นตาม โดยมีประเทศในเอเชียที่มีค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพต่ำกว่าเป็นปลายทางเป้าหมาย
2. สภาพการดำรงชีวิตในสังคมเมืองที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน ก่อให้เกิดความเครียดและโรคภัยต่างๆ ตามมา เป็นโอกาสในการขยายตัวของบริการด้านสุขภาพ

3. การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 เกื้อหนุนการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอาเซียน ส่งผลดีต่อประเทศไทย รวมทั้งยังเป็นโอกาสในการขยายการลงทุนในธุรกิจบริการทางการแพทย์และการขยายเครือข่ายเข้าไปบริหารจัดการโรงพยาบาลโดยเฉพาะในประเทศกลุ่ม CLMV

4. ท่าเลที่ตั้งของประเทศไทยที่เป็นศูนย์กลางของอาเซียน ประกอบกับการพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมเชื่อมระหว่างประเทศเกื้อหนุนต่อการเข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพของไทย

อุปสรรคด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทย คือ

1. ความคล้ายคลึงด้านวัฒนธรรมในความเป็นประเทศมุสลิม รวมทั้งการมีอาหารฮาลาลของบางประเทศ อาทิ มาเลเซีย และสิงคโปร์ สามารถดึงดูดตลาดกลุ่มมุสลิมได้ง่ายกว่า

2. ความได้เปรียบด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษของหลายประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียน

3. มาเลเซียกำลังดำเนินการขยายเวลาพำนักในประเทศให้ผู้ป่วยที่เข้ามารับบริการด้านการแพทย์และผู้ติดตาม จาก 30 วันเป็น 180 วัน (โดยต้องมีหนังสือรับรองจากโรงพยาบาลในมาเลเซียที่ผู้ป่วยจะเข้ารับบริการทางการแพทย์)

4. ประเทศสมาชิกอาเซียนบางประเทศ อาทิ ลาว เวียดนาม และกัมพูชาเปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนในธุรกิจได้ 100%

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทย (เน้นกลุ่มกิจกรรมเกี่ยวกับพุน้ำร้อน) และจังหวัดแม่ฮ่องสอน (หาความเชื่อมโยงระดับประเทศและระดับจังหวัด)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2559) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม เช่น กลุ่มที่เข้ามารักษาอาการเจ็บป่วย กลุ่มที่เข้ามาพักผ่อนจากอาการเจ็บป่วย กลุ่มที่ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ อีกทั้ง นักท่องเที่ยวบางกลุ่มโดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มที่เข้ามารักษาหรือพักผ่อนจากอาการเจ็บป่วยยังเป็นผู้ติดตามมาด้วย ซึ่งก่อให้เกิดการใช้จ่ายเม็ดเงินระหว่างการท่องเที่ยว สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (2559) มียุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ.2560 - 2569) โดยยุทธศาสตร์นี้ได้มีวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก (Thailand Hub of Wellness and Medical services) ภายใน 10 ปีข้างหน้า (พ.ศ.2560-2569) โดยมีเป้าประสงค์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพของโลก มีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยั่งยืน โดยมีกิจกรรมที่ขับเคลื่อน เช่น ศูนย์บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (wellness hub)

ได้แก่ บริการนวดไทยเพื่อสุขภาพ **บริการสปาพุร้อน** เป็นต้น ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) เช่น บริการเสริมความงาม บริการทันตกรรม เป็นต้น ศูนย์กลางบริการวิชาการและวิจัย ศูนย์กลางยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

นโยบายด้านสาธารณสุขปรากฏอยู่ในนโยบายที่ 5 การยกระดับคุณภาพบริการด้านสาธารณสุขและสุขภาพของประชาชน โดยนโยบายนี้เป็นนโยบายด้านการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะเรื่องการท่องเที่ยว โดยเห็นได้จากนโยบายข้อ 6.6 “ชักจูงให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยพิจารณามาตรการลดผลกระทบจากการประกาศใช้กฎอัยการศึกในบางพื้นที่ที่มีต่อการท่องเที่ยวในโอกาสแรกที่จะทำได้ และสร้างสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกื้อกูลต่อบรรยากาศท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งการท่องเที่ยวอันมีลักษณะโดดเด่นร่วมกันหรือจัดเป็นกลุ่มได้ เช่น กลุ่มธรรมชาติ หิ้งจะให้เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากวิถีชีวิตชุมชน โดยเน้นการให้ความรู้และเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตทรัพย์สิน การควบคุมสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว”

ในขณะที่ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) ของคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งสู่การเปลี่ยนผ่านประเทศไทยจากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง มีความมั่นคงและยั่งยืน สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญ 7 ประเด็นที่สำคัญ เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจในภาพรวมและสาขา การพัฒนาเศรษฐกิจรายสาขา เป็นต้น นอกจากนี้ **คณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบให้ “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” เป็น 1 ใน 10 ข้อเสนอด้านอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) และยุทธศาสตร์การปฏิรูปท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 – 2560 ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีวิสัยทัศน์เพื่อวางรากฐานการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน มีเป้าหมายรวม 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ (ในปี พ.ศ. 2560 มีการสร้างรายได้รวม 2.5 ล้านล้านบาท และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น) ด้านสังคม (การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในสังคมไทย และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน) และด้านสิ่งแวดล้อม (มีการพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน) สำหรับพันธกิจประกอบด้วย การกระตุ้นตลาดท่องเที่ยวคุณภาพให้ได้ตามเป้าหมาย/ พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชน/ บริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการบูรณาการเชื่อมโยงระดับชาติถึงท้องถิ่น**

ยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพ คือ

1. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดท่องเที่ยว คือ กลยุทธ์การยกระดับภาพลักษณ์การท่องเที่ยวสู่การเป็น “Quality Leisure Destination” กลยุทธ์การปรับโครงสร้างตลาดสู่ High value/ กลยุทธ์สร้างโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยทุกกลุ่ม/ กลยุทธ์สร้างสมดุลเชิงเวลาและพื้นที่)

2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว คือ กลยุทธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่/ กลยุทธ์การพัฒนาสาขา โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ และการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ/ กลยุทธ์พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว/ กลยุทธ์พัฒนาความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว/ กลยุทธ์พัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว

3. ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว คือ กลยุทธ์บูรณาการทำงานผ่านกลไก การขับเคลื่อนทั้งระบบ/ กลยุทธ์พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและยกระดับผู้ประกอบการท่องเที่ยว/ กลยุทธ์พัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว/ กลยุทธ์ปรับปรุงกฎหมายและกลไกการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง) มีการแบ่งเขตพัฒนาการท่องเที่ยวออกเป็น 5 Cluster ได้แก่ อารยธรรมล้านนา/อารยธรรมอีสานใต้/ ผังทะเลตะวันออก/ ผังทะเลตะวันตก และอันดามัน

ในแผนยุทธศาสตร์นี้ มียุทธศาสตร์ที่สำคัญในการส่งเสริมสุขภาพที่สำคัญ ยุทธศาสตร์การพัฒนาบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ซึ่งยุทธศาสตร์นี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพมีความเป็นเลิศ โดดเด่น มีเอกลักษณ์ตาม ภูมิปัญญาไทย อัตลักษณ์ไทย มีมูลค่าเพิ่ม มีชื่อเสียง รวมทั้งมีคุณภาพ มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยให้ประเทศไทยมีสถานบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ผ่านการรับประกันคุณภาพและมาตรฐานตามกฎหมายหรือตามมาตรฐานสากลสำหรับให้บริการแก่ชาวไทยและชาวต่างชาติมากที่สุด ในภูมิภาคอาเซียนเป็นเป้าหมายที่สำคัญ อีกทั้ง มีกลยุทธ์ด้านการพัฒนาแหล่งพุร้อนให้เป็นเมืองสปาและเส้นทางท่องเที่ยวสายพุร้อนของไทย

จากข้อมูลจำนวนววนพุร้อนของสมาคมพุร้อนไทย พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีแหล่งพุร้อนที่พบและพัฒนาแล้วไม่น้อยกว่า 129 แห่งใน 27 จังหวัด ทั้งนี้ แหล่งน้ำพุร้อนกระจายตัวอยู่ในภาคเหนือตอนบนมากที่สุด คือ 45 แหล่ง และอยู่ที่จังหวัดแม่ฮ่องสอนถึง 12 แหล่ง

ด้านการบริหารจัดการและการดูแลพุร้อนในประเทศไทย มีรูปแบบการบริหารจัดการทั้งที่เป็นภาครัฐและภาคเอกชน โดยส่วนใหญ่ เป็นรูปแบบการบริหารจากภาครัฐ โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหลัก ถึงร้อยละ 72 กรมอุทยานแห่งชาติและกรมป่าไม้ ร้อยละ 11 หน่วยงานภาคเอกชน ร้อยละ 11 ส่วนที่เหลือมีการบริหารงานโดยวัด ทหาร กรมเจ้าท่าและสหกรณ์

ระดับการพัฒนาแหล่งพุร้อนในประเทศไทย แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 ใช้ประโยชน์แบบดิบๆ หรือดั้งเดิม สำหรับคนในพื้นที่

ระดับที่ 2 ใช้ประโยชน์แบบสาธารณะ ไม่มีมาตรฐานหรือมีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น

ระดับที่ 3 ใช้ประโยชน์แบบสาธารณะอย่างมีเป้าหมาย มีมาตรฐาน มีกิจกรรมสปาบางส่วน มีบริการด้านที่พัก อาหารการกิน (เช่น ออนเซ็นผสมเรียวกัง)

ระดับที่ 4 ใช้ประโยชน์แบบสาธารณะอย่างมีเป้าหมาย มีมาตรฐาน มีกิจกรรมสปาเต็มรูปแบบ พร้อมที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม มีพื้นที่และ สภาพแวดล้อมเป็นธรรมชาติสวยงาม เป็นคุณค่าสุขภาพ เช่น Destination Hotspring Spa

ระดับที่ 5 เป็นสปาทั้งปริมณฑลรอบแหล่งพุร้อนคือเป็นเมืองสปา (Spa Town) เป็นเมืองสุขภาพ นำพานักและเดินทางมาเยือน เป็นเมืองที่มีความสุนทรีย์โดยภาพรวม

ศักยภาพของแหล่งพุร้อนในเมืองไทย นั้นนับได้ว่าเป็นพุร้อนที่สามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลายกิจกรรม เช่น สถานที่อาบน้ำสาธารณะ สถานที่ให้บริการด้านสปา เป็นศูนย์ส่งเสริมสุขภาพด้วยน้ำ ให้บริการด้านที่พัก การสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นโดยใช้พุร้อนเป็นฐานทรัพยากรหลักในการพัฒนา เช่น ของฝากพื้นถิ่น อาหาร และวัฒนธรรมต่าง ๆ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญระดับโลก แนวโน้มความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ประเทศไทยเป็นผู้นำในเรื่องธุรกิจสปาที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 มีชื่อเสียงในเรื่องลำนานาสปาและแหล่งพุร้อนเป็นจำนวนมาก หากแหล่งพุร้อนได้รับการส่งเสริมพัฒนาโดยผ่านการวิจัยอย่างมีหลักเกณฑ์ การยกระดับมาตรฐานด้านบริการสถานที่ท่องเที่ยวพุร้อนเพื่อสุขภาพจะเป็นที่นิยมและสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวระดับบนได้เพิ่มขึ้น ที่ผ่านมา การวิจัยพุร้อนมีการศึกษาด้านการก่อสร้างและการปรับปรุงทัศนียภาพของแหล่งพุร้อน แต่หากมีการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพ ปริมาณ แร่ธาตุและคุณสมบัติที่โดดเด่นของแร่ธาตุหลักที่มีอยู่ในพุร้อน รวมถึงการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ร่วมกับงานวิจัย ก็จะสร้างความโดดเด่นในเรื่องของบ่อพุร้อนด้วย

จากการประชุมยุทธศาสตร์การพัฒนาแม่ฮ่องสอน (รัฐบาลไทย 2561) ที่ประชุมมีมติให้มีการพัฒนาศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพพุร้อนธรรมชาติในจังหวัดแม่ฮ่องสอน เพื่อสร้างความแตกต่างของพุร้อนแต่ละจุด และเป็นการสร้างจุดขาย อีกทั้งยังนำมาเชื่อมต่อให้เชื่อมโยงเป็นเรื่องราวบอกเล่าดึงดูดนักท่องเที่ยว

แนวทางจัดการท่องเที่ยวออกมาเป็นประเภท หรือรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว

ศักยภาพของแหล่งพุร้อนเมืองไทย พุร้อนเมืองไทยนับได้ว่าเป็นพุร้อนที่สามารถพัฒนา กิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลายกิจกรรม เช่น สถานที่อาบน้ำสาธารณะ สถานที่ให้บริการด้านสปา เป็น ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพด้วยน้ำ ให้บริการด้านที่พัก การสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นโดยใช้พุร้อนเป็นฐานทรัพยากร หลักในการพัฒนา เช่น ของฝากพื้นถิ่น อาหาร และวัฒนธรรมต่าง ๆ

จากข้อมูลของพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน สามารถมีแนวทางในการจัดการจัดการการท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท คือ

ประเภทที่ 1 พุร้อนสำหรับการรักษาอาการเจ็บป่วยและการพักผ่อนจากอาการเจ็บป่วย เนื่องจาก พุร้อนของจังหวัดแม่ฮ่องสอนในบางบ่อมีอุณหภูมิไม่สูงจนเกินไป ซึ่งตามความเชื่อและภูมิปัญญาท้องถิ่น เชื่อว่าการอาบน้ำแร่ที่พุร้อนจะสามารถบรรเทาความเจ็บป่วยได้ เช่น พุร้อนไทรงาม

ประเภทที่ 2 พุร้อนสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อันได้แก่ บริการนวดไทยเพื่อ สุขภาพ **บริการสปาพุร้อน** เป็นต้น ทั้งนี้ การพัฒนาพุร้อนเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น จะต้องเป็นการพัฒนาที่มีเอกลักษณ์ตามภูมิปัญญาท้องถิ่น และมีมาตรฐานด้วย

ประเภทที่ 3 พุร้อนสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวและนันทนาการ โดยพุร้อน จังหวัด แม่ฮ่องสอนจะต้องเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม leisure ที่มีคุณภาพ

แนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชน/ บริหาร จัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการบูรณาการเชื่อมโยงระดับชาติถึงท้องถิ่น เนื่องจากพุร้อน เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นอย่างมาก ทั้งนี้จะต้องมีรูปแบบการบริหาร จัดการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งแนวทางในการบริหารจัดการนั้นควรจะให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ แนวทางในการพัฒนาจึงควรแบ่งเป็น 3 ระดับหลัก คือ

ระดับที่ 1 ใช้ประโยชน์แบบดิบๆ หรือดั้งเดิม สำหรับคนในพื้นที่

ระดับที่ 2 ใช้ประโยชน์แบบสาธารณะ ไม่มีมาตรฐานหรือมีการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่ จำเป็น

ระดับที่ 3 ใช้ประโยชน์แบบสาธารณะอย่างมีเป้าหมาย มีมาตรฐาน มีกิจกรรมสปาบางส่วน มีบริการ ด้านที่พัก อาหารการกิน เช่น การลงบ่อแช่น้ำและสถานประกอบการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.1 แสดงประเภทของการจัดการพุร้อน 3 ระดับ

ประเภทของการจัดการ	ระดับการพัฒนา		
	ระดับที่ 1	ระดับที่ 2	ระดับที่ 3
ประเภท 1 พุร้อนสำหรับการรักษาอาการเจ็บป่วยและการพักผ่อนจากอาการเจ็บป่วย	✓	✓	-
ประเภทที่ 2 พุร้อนสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	-	-	✓
ประเภทที่ 3 พุร้อนสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวและนันทนาการ	✓	-	✓

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล และโดยเฉพาะอย่างยิ่งรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งรายได้ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นทั้งรายได้ทางตรงและรายได้ทางอ้อม กิจกรรมการท่องเที่ยวในบริเวณพุร้อนจึงจำเป็นต้องมีความหลากหลายด้วยเช่นเดียวกัน เพื่อให้การใช้ทรัพยากรท้องถิ่นสำหรับการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกเหนือจากการเดินทางมาแช่พุร้อน อาบน้ำแร่ หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในบริเวณนั้นแล้ว ยังมีกิจกรรมอื่นที่ควรพัฒนาต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว คือ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ระลึกที่แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของพุร้อน ๆ อีกด้วย ซึ่งในการพัฒนาสินค้าที่ระลึกของพุร้อนที่สำคัญ สามารถอธิบายได้ 2 ลักษณะด้วยกันคือ สินค้าที่ระลึกสำหรับพุร้อน เช่น อาหารพื้นที่ถิ่น ของใช้ประจำถิ่น และ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น น้ำแร่ สปา สบู่ น้ำแร่ เป็นต้น

2.1.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – Based Tourism – CBT) เป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

การที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นการกำลังใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีมาตรฐานก่อให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตที่ดี

การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, 2540 อ้างใน สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 2550)

องค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ

1. **ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม** ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และมีวิถีการผลิตพึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

2. **องค์กรชุมชน** ชุมชนมีระบบทางสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่างๆ ที่หลากหลาย

3. **การจัดการ** ในการจัดการนั้น ชุมชนจะต้องมีกฎ กติกา ในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องมีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยว กับการพัฒนาชุมชนได้ รวมถึงจะต้องมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม และมีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชน

4. **การเรียนรู้** การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน อีกทั้ง ยังเป็นการสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

หลักการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน มีหลักการดังนี้

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ
- 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ
- 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
- 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต
- 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม

- 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
- 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
- 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

นอกจากหลักการท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้ว ชุมชนก็ควรจะมีเกณฑ์มาตรฐานในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเกณฑ์มาตรฐานนี้จะเป็เครื่องมือที่ความสำคัญอย่างยิ่งที่จะทำให้ชุมชนสามารถดำเนินการท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเอง โดย อพท. ได้กำหนดเกณฑ์ไว้ 5 เกณฑ์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กลุ่มท่องเที่ยวชุมชนมีการจัดการอย่างยั่งยืน มีเป้าประสงค์ทั้งสิ้น 9 เป้าประสงค์ ประกอบไปด้วย (1) ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโดยชุมชน (2) ประสิทธิภาพของข้อตกลงร่วมกันสำหรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (3) ประสิทธิภาพของข้อควรปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว (4) ประสิทธิภาพของกลุ่มบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการพัฒนาบุคลากรในกลุ่ม (5) ประสิทธิภาพของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย (6) ประสิทธิภาพการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายต่างๆ (7) ประสิทธิภาพด้านการจัดการการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน (8) ประสิทธิภาพของระบบบัญชีการเงิน และ (9) การให้ความสำคัญกับเยาวชน

2. การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น สังคมและคุณภาพชีวิต มีเป้าประสงค์ทั้งสิ้น 4 เป้าประสงค์ ประกอบไปด้วย (10) ประสิทธิภาพในการจัดสรรรายได้ (11) ประสิทธิภาพในการส่งเสริมยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดี (12) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างโอกาสในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว และ (13) การให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยชนในการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม มีเป้าประสงค์ทั้งสิ้น 3 เป้าประสงค์ ประกอบไปด้วย (14) คุณภาพฐานข้อมูลด้านมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (15) ประสิทธิภาพในการเผยแพร่มรดกวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ (16) ประสิทธิภาพในการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่น

4. ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน มีเป้าประสงค์ 5 เป้าประสงค์ ประกอบไปด้วย (17) ประสิทธิภาพในการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว (18) คุณภาพฐานข้อมูลด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (19) ประสิทธิภาพในการเผยแพร่ภูมิปัญญาด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (20) ประสิทธิภาพในการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อมในชุมชน และ (21) ประสิทธิภาพในการสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยว

5. ด้านบริการและความปลอดภัย มีเป้าประสงค์ 7 เป้าประสงค์ ประกอบไปด้วย (22) ระดับความพึงพอใจในการให้บริการและความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว (23) ประสิทธิภาพของนักสื่อความหมาย (24) คุณภาพของเส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยว (25) คุณภาพของจุดบริการท่องเที่ยว (26) ประสิทธิภาพการบริหารจัดการวิธีการเดินทางท่องเที่ยวในชุมชน (27) ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกรณีฉุกเฉิน และ (28) ประสิทธิภาพในการติดต่อประสานงานด้านบริการ

ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น จะมีมิติในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวนี้จะเป็นสิ่งที่สาธารณะชนหรือนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อชุมชนนั้น โดยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประการหลัก ๆ คือ

1. โปรแกรมหรือกิจกรรมนำเที่ยว เป็นกิจกรรมที่ชุมชนจะนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน และจะทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในอันติระหว่างชาวบ้านและนักท่องเที่ยว ตัวอย่างกิจกรรมที่ชุมชนสามารถให้นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมได้ เช่น การเดินป่า การเดินเที่ยวในหมู่บ้าน การร่วมในกิจกรรมในวิถีชีวิตของชุมชนนั้น การศึกษาธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

2. บริการด้านการท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะต้องได้รับการบริการจากแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในมิตินี้หมายถึง ชุมชนจะต้องเป็นผู้เตรียมการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น นักสื่อความหมาย ท้องถิ่น ที่พัก อาหาร ยานพาหนะ การละเล่น และการแสดงพื้นบ้าน เป็นต้น

3. สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง โครงสร้างพื้นฐานที่เตรียมการรับรองและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น การวางแผนสิ่งปลูกสร้างที่กลมกลืนไปกับภูมิทัศน์และศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น การจัดการของเสีย ระบบการป้องกันอันตรายให้นักท่องเที่ยว ป้ายหรือแผนที่เพื่อแสดงข้อมูลพื้นฐานให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น

4. ระบบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะหมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนได้เป็นผู้บริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้น ระบบการบริหารจัดการจึงเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง โดยเฉพาะการบริหารจัดการด้านผลประโยชน์ให้แก่ทุกคนในชุมชน การกระจายรายได้ ซึ่งองค์กรต้องให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่อไปนี้ การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การกระจายบทบาทในการทำงาน การกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีระบบการทำงานที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ มีการจัดสรรรายได้ส่วนหนึ่งเข้าสาธารณะประโยชน์ของชุมชน มีมาตรการป้องกันผลกระทบทางสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม มีอัตราค่าบริการที่เป็นมาตรฐานและเป็นธรรม และมีการเก็บสถิติเพื่อนำไปพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

- 1) นักท่องเที่ยว
- 2) บริษัทนำเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ
- 3) มัคคุเทศก์นำเที่ยว
- 4) ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

แผนพัฒนาพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) คือ

(1) การส่งเสริมภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย (2) การส่งเสริมตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยวการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (3) การส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและแต่ละท้องถิ่น ด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทย ให้เข้าใจในเวทีโลก และการส่งเสริมเอกลักษณ์และนวัตกรรมทางสื่อต่าง ๆ (4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลกับพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้สินค้าบริการ และแหล่งท่องเที่ยว (5) การส่งเสริมความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการตลาด เช่น การร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องแบรนด์จังหวัด การส่งเสริมตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

การบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วนคือปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนแผนสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างทุกภาคส่วน การปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องและการบริหารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเพื่อการวิเคราะห์และวางแผน รวมถึงการส่งเสริมการบูรณาการการพัฒนาการท่องเที่ยวกับประเทศ เพื่อนบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคโดยรวม ที่มีเป้าหมายให้ทุกภาคส่วนมีความร่วมมือกันในการพัฒนาและบริหารการท่องเที่ยวของประเทศ โดยสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจและประชาชนในระดับท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่มากขึ้น ทั้งในระดับนโยบาย ระดับพื้นที่ และระดับชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในเรื่องการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่นผ่านกระบวนการจัดทำแผนและขับเคลื่อนแผนพัฒนาระดับชุมชน โดยต้องมีการคำนึงถึงการอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ รวมทั้งส่งเสริมสิทธิการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐและชุมชนในการอนุรักษ์บำรุงรักษาและส่งเสริมการตระหนักรู้ประโยชน์ จากทรัพยากรธรรมชาติ

สิ่งแวดล้อมรวมทั้งความหลากหลายทางชีวภาพที่มีความสมดุลและยั่งยืน ทั้งนี้ การเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนและเครือข่ายภาคประชาชนเจ้าของพื้นที่ จะช่วยเพิ่มเอกลักษณ์และความเป็นไทยให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยว และเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ประชาชนอย่างแท้จริง

2.1.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว (Tourism Products and Services)

ในมิติด้านการท่องเที่ยวสามารถสรุปความหมายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Products and Services) ได้ ดังนี้ ความหมายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว จากการศึกษาของ ราณี อิศัยกุล (2545) ระบุว่า ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่มีผู้ผลิตนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดหรือผู้บริโภค ซึ่งหมายรวมถึง สิ่งที่มีรูปร่างจับต้องได้ เช่น สิ่งของ สินค้า บุคคล สถานที่ องค์กร หรือเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น บริการ แนวความคิด เป็นต้น ซึ่งในมิติของการท่องเที่ยว ผู้ผลิตจะผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวไปควบคู่กัน หรือสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ควบคู่กัน เช่น นักท่องเที่ยวเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือแพ็คเกจท่องเที่ยวก็จะได้รับบริการด้านต่างๆ อาทิ บริการอาหาร เครื่องดื่ม บริการห้องพัก ไปพร้อมๆ กัน อาจกล่าวได้ว่า การบริการเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับเมื่อบริโภคผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ จิตานันท์ ติกุล (2550) และ Jafar et al (2002) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่บุคคลซื้อเพื่อเดินทางจากจุดหมายหนึ่งไปยังอีกจุดหมายหนึ่ง หรือหมายถึงสินค้าและบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยสินค้าและบริการที่สามารถทำการตลาดทางการท่องเที่ยวได้สามารถจำแนกได้ 6 ประเภท ดังนี้

1. สินค้าที่สามารถจับต้องได้ (Tangible goods) เช่น ห้องพัก พาหนะ อาหาร ผลิตภัณฑ์และสินค้าของที่ระลึก เป็นต้น
2. สินค้าที่ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible goods) เช่น บริการด้านต่างๆ ที่สนับสนุนสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ อาทิ บริการนำเที่ยว บริการจัดประชุมและนิทรรศการ เป็นต้น
3. สถานที่ เช่น แหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชม อาจเป็น ประเทศ เมือง สถานที่ท่องเที่ยว
4. บุคลากร เช่น พนักงานต้อนรับ พนักงานทำความสะอาด บริกร เป็นต้น
5. องค์กร เช่น สมาคมโรงแรม สมาคมสปา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น

6. แนวความคิด เช่น เที่ยวทั่วไทย เที่ยวเมืองไทยไม่ไปไม่รู้ Amazing Thailand

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศโดย สำนักส่งเสริมการค้าสินค้าไลฟ์สไตล์ ได้จัดทำ “ คู่มือพัฒนาสินค้าไลฟ์สไตล์สำหรับนักท่องเที่ยว ” ที่ประกอบไปด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมและรูปแบบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่นิยมเข้ามาท่องเที่ยวและซื้อสินค้าในประเทศไทย

สถานการณ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทย

ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและความงดงามของวัฒนธรรมประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยผนวกกับความหลากหลายของอาหารให้ได้ลิ้มลองและแหล่งช้อปปิ้งสินค้าของฝากให้เลือกสรรมากมายนับเป็นเสน่ห์สำคัญที่ดึงดูดให้ประเทศไทยยังคงเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกต่างต้องเข้ามาเยือนอย่างต่อเนื่องสะท้อนได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่หลั่งไหลเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปีโดยในปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทย 38 27 ล้านคนสร้างรายได้ให้ประเทศถึง 2 ล้านล้านบาทขณะที่ในปี พ.ศ. 2562 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากถึง 41.1 ล้านคนเติบโตร้อยละ 7.5 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2561 โดยจัดสร้างรายได้เติบโตเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 หรือคิดเป็นรายได้ 2.2 ล้านบาทหากย้อนกลับไปดูสถานการณ์ของนักท่องเที่ยวในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาต้องยอมรับว่านักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงมีบทบาทสำคัญและเป็นหนึ่งในฟันเฟืองหลักในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ แม้ว่าบางช่วงจะต้องเผชิญกับความผันผวนทางเศรษฐกิจและภัยพิบัติธรรมชาติแต่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในแง่จำนวนและรายได้

เมื่อเจาะลึกถึงพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทั่วโลกที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยต้องยอมรับว่าหากเป็นเมื่อ 10 ปีที่แล้วรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางมาเป็นกลุ่มกับกรุ๊ปทัวร์แต่ในปัจจุบันรูปแบบการเดินทางจะมี ปีที่แล้วรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางมาเป็นกลุ่มกับกรุ๊ปทัวร์แต่ในปัจจุบันรูปแบบการเดินทางจะมีหลักความ ปีที่แล้วรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางมาเป็นกลุ่มกับกรุ๊ปทัวร์แต่ในปัจจุบันรูปแบบการเดินทางจะมีหลักความ ปีที่แล้วรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางมาเป็นกลุ่มกับกรุ๊ปทัวร์แต่ในปัจจุบันรูปแบบการเดินทางจะมีหลักความหลากหลายมากขึ้นโดยสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภทได้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่มกับกรุ๊ปทัวร์นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวแบบอิสระด้วยตัวเอง (Free Individual Traveler : FIT) นักท่องเที่ยวแบบพรีเมียม

ซึ่งจากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่นิยมเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระด้วยตัวเองมากกว่าการเป็นกลุ่มกับกรุ๊ปทัวร์ โดยสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแบบอิสระด้วยตนเองจะอยู่ที่ประมาณ 50 - 60 %ของปริมาณนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งหมดและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องปัจจุบันนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่เป็นชนยุคมิลเลนเนียลและอยู่ในวัยทำงานมีความเชี่ยวชาญในการใช้สมาร์ทโฟน หรือสื่อดิจิทัล ในการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว โดยผู้ทรงอิทธิพล (Influencers) ทางสื่อออนไลน์ของแต่ละประเทศเข้ามามีบทบาทต่อการตัดสินใจทำให้สามารถเดินทางด้วยตนเอง โดยไม่ต้องมีผู้นำเที่ยวคอยดูแลเราชอบแสวงหาประสบการณ์ท่องเที่ยวแปลกใหม่ให้กับชีวิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ยังไม่เคยไป

แม้ว่ารูปแบบของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่จะเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระด้วยตนเองแต่ยังคงมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่นิยมเดินทางมาเป็นกลุ่มกับกรุ๊ปทัวร์ขนาดใหญ่โดยสัดส่วนอาจจะไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับในอดีตแต่สุดท้ายกับกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบพรีเมียมที่มีแนวโน้มขยายสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นในแต่ละปีเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายต่อหัวต่อทริปค่อนข้างสูงมักชอบการท่องเที่ยวที่หรูหราเพื่อแสดงออกถึงรสนิยมในการใช้ชีวิตและพร้อมที่จะให้คุณค่าสินค้าที่ต้องการในราคาที่สูงด้วยเช่นกัน

ในอดีตเมื่อพูดถึงนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและคนอาจคิดว่าผู้ที่ครองแชมป์จะเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเพราะภาพของบรรดาฝรั่งผิวขาวตาสีฟ้าที่เพลิดเพลินกับการนอนอาบแดดริมทะเลจนชินตา แต่ปัจจุบันนั้นไม่ใช่แล้วเพราะในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาโครงสร้างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากโดย 5 อันดับแรกที่มีการเดินทางมาท่องเที่ยวสูงสุดได้แก่ “ นักท่องเที่ยวชาวจีน ” จากสถิติกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี พ.ศ. 2561 นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาในไทยสูงถึง 10.53 ล้านคนเพิ่มขึ้นจากปีก่อนถึง 9.8 ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 1.79 ล้านคนนักท่องเที่ยวชาวลาวมีจำนวน 1.44 ล้านคน ล้านคน นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 1.35 ล้านคน

แต่หากมองในแง่การสร้างรายได้ให้กับประเทศมากที่สุดอันดับแรกยังคงเป็น “ นักท่องเที่ยวชาวจีน ” ประมาณ 5.8 แสนล้านบาทโดยคิดเป็น 1 ใน 4 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดที่มีการประเมินกันว่ารายได้จากนักท่องเที่ยวจีนจะเพิ่มสูงขึ้นราว 8.29 แสนล้านบาทในปี พ.ศ 2566 รองลงมาเป็น “ นักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ” เข้ามาใช้จ่ายใช้สอยในประเทศไทยมากถึง 1.15 แสนล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.72

ลำดับ อันดับสามเป็น “ นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ” ที่เข้า แสนล้านบาทเพิ่ม แสนล้านบาทเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20.42

ตารางที่ 2.2 แสดงข้อมูล 10 อันดับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2559-2561

อันดับ	ประเทศ	จำนวน (ปี 2561)	จำนวน (ปี 2560)	จำนวน (ปี 2559)
1	จีน	10,535,955	9,805,753	8,757,646
2	มาเลเซีย	4,097,604	3,354,800	3,494,890
3	รัสเซีย	1,796,596	1,709,070	1,464,200
4	เกาหลี	1,750,658	1,612,647	1,388,020
5	ลาว	1,656,100	1,544,328	1,439,510
6	ญี่ปุ่น	1,596,772	1,346,219	1,194,508
7	อินเดีย	1,472,949	1,346,219	1,090,083
8	สหรัฐอเมริกา	1,123,248	1,056,124	975,550
9	สิงคโปร์	1,067,309	1,028,077	967,550
10	ฮ่องกง	1,015,688	821,064	751,264

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและสำนักงานสถิติชาติ

เมื่อพิจารณากิจกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยกิจกรรมที่ทำรายได้สูงได้แก่ที่พักซ้อปิ้งอาหารและเครื่องดื่มแต่ความน่าสนใจคือการซ้อปิ้งเป็น 1 ใน 2 จุดประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนอกเหนือจากการไปชมแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามโดยในช่วง 6 เดือนแรกของปีพ. ศ. 2561 สามารถทำรายได้ในส่วนนี้ได้มากถึง 2.27 แสนล้านบาท

โดยนักท่องเที่ยวชาวจีน ใช้เงินไปกับการซ้อสินค้าไทยมากที่สุด เพื่อซ้อของขวัญกลับไปฝากครอบครัวเพื่อนร่วมงานหรือผู้ที่เคารพนับถือรวมถึงเพื่อแสดงฐานะทางสังคมโดยเฉพาะการซ้อสินค้าที่มีคุณภาพสูง ประกอบกับการที่ชาวจีนมั่นใจในคุณภาพของสินค้าไทยเป็นของดีและมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครจึงทำให้ยอดการซ้อสินค้าไทยของนักท่องเที่ยวชาวจีนสูงโดยอยู่ที่ 89,190.87 ล้านบาทรองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียมียอดใช้จ่ายอยู่ที่ 14,973.03 ล้านบาทอันดับ 3 เป็นนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมียอดใช้จ่ายอยู่ที่

11,530.30 ล้านบาทคือนักท่องเที่ยวชาวอินเดียมียอดใช้จ่ายอยู่ที่ 7,637.71 ล้านบาทส่วนอันดับ 5 เป็นนักท่องเที่ยวชาวลาวมียอดใช้จ่ายอยู่ที่ 6,979.9 4 ล้านบาทในขณะที่นักท่องเที่ยวเกาหลีมียอดใช้จ่ายอยู่ที่ 6,811.51 ล้านบาทสถิติเหล่านี้ทำให้เห็นว่าการช้อปปิ้งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการสินค้าไลฟ์สไตล์ไทยไม่อาจมองข้ามไปได้เพราะสามารถสร้างโอกาสและรายได้อย่างมหาศาล

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลักและสินค้ายอดนิยม

เมื่อพูดถึงคำว่าพฤติกรรมในแง่ของหลายคนอาจคิดว่าเป็นความชอบและไม่ชอบของนักท่องเที่ยวต่างชาติหากรู้ว่่านักท่องเที่ยวประเภทนี้ชอบสินค้าประเภทใดก็ผลิตสินค้าคุณภาพออกมาตอบโจทย์ความต้องการถ้าว่าการทำธุรกิจในยุคที่ต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและผันผวนตลอดเวลาโดยเฉพาะพฤติกรรมลูกค้ารุ่นใหม่การล่วงรู้ถึงความชอบและมีสินค้าคุณภาพดีคงไม่เพียงพอที่จะมัดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติให้อยู่หมัดสิ่งสำคัญต้องมีความ “ เข้าใจ ” ในตัวตนและ “ ความต้องการ ” ของนักท่องเที่ยวประเทศนั้นๆอย่างถึงแก่น

คำว่า “ พฤติกรรม ” ในที่นี้จึงหมายถึงการรู้จักลูกค้าซึ่งครอบคลุมตั้งแต่เทรนด์ในโลกธุรกิจปัจจุบันและอนาคตการเข้าใจว่าลูกค้าจึงชอบอะไรพฤติกรรมเป็นแบบใดใช้ชีวิตอย่างไรสินค้าไลฟ์สไตล์ที่ผลิตออกมานั้นสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้หรือไม่และแหล่งซื้อสินค้าที่สะดวกและลูกค้านิยมไปซื้อสินค้าเป็นประจำคือบริเวณใดและสินค้าจะมีจุดขายและเอกลักษณ์โดดเด่นชัดเจนแต่การเรียนรู้และเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละชาติอย่างถ่องแท้ถือเป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติควบคู่กันไปหากผู้ประกอบการเข้าใจในปัจจัยต่างๆเหล่านี้อย่างลึกซึ้งก็สามารถนำเสนอสินค้าได้ถูกใจลูกค้ามากขึ้นอย่างแน่นอน

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ต้องยอมรับว่าในช่วงไม่กี่ปีมานี้นักท่องเที่ยวจีนกลายเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่ที่สุดเนื่องมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนอย่างรวดเร็วจึงทำให้ผู้คนมีอำนาจการจับจ่ายมากขึ้นและส่งผลให้ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวจึงเติบโตอย่างต่อเนื่องนอกจากนี้ยังทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวจีนเปลี่ยนไปอย่างมากด้วยเช่นกันจากนักท่องเที่ยวที่ได้ชื่อว่าเป็นความตระหนี่ถี่เหนียวและมักเดินทางกลับบ้านในช่วงวันหยุดเทศกาลกลายเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้เงินและนิยมพาครอบครัวเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อเปิดประสบการณ์แปลกใหม่ในการท่องเที่ยวมากขึ้น

สำหรับประเทศไทยยังคงเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องระยะเวลาในการมาอยู่ที่ 5-7 วันต่อทริปด้วยความที่สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมี

มนต์เสน่ห์ความแปลกใหม่และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้แสดงถึงและสไตล์ของตัวเองผ่านโลกโซเชียลมีเดีย อีกทั้งการเดินทางสะดวกสบายและคุ้มค่ากับเงินที่ใช้จ่ายการใช้จ่ายใช้สอย

ข้อมูลจากปี พ.ศ. 2561 มกราคม - มิถุนายน พบว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีมูลค่าอยู่ที่ 281,850 ล้านบาท หรือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 25,000 - 50,000 บาทต่อทริปต่อคน ซึ่งสูงเป็นอันดับ 1 โดยนักท่องเที่ยวจีนนิยมใช้เงินไปกับการช้อปปิ้งมากที่สุดถึงร้อยละ 27 รองลงมาเป็นที่พักและโรงแรมร้อยละ 19 และค่าอาหารร้อยละ 16 นอกจากนี้ยังได้ประมาณการกันว่าภายในปีพศ 2564 ยอดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจีนในต่างประเทศจะพุ่งไปถึง 429,000 ล้านบาทหรือร้อยละ 13.30 ล้านบาท

นักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่เป็นกลุ่มที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจและวางแผนเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากกว่าการมาเป็นกรุ๊ปทัวร์เพราะสามารถท่องเที่ยวเองได้อิสระโดยจะสอบถามแหล่งท่องเที่ยวแปลกใหม่ผ่านสื่อออนไลน์นอกจากการใช้จ่ายเงินและเวลาส่วนใหญ่ไปกับการช้อปปิ้งแล้วพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่ยังชอบแชร์ข้อมูลต่างๆลง Social Media โดยเฉพาะประสบการณ์ท่องเที่ยวของตนเองเพราะชาวจีนเชื่อว่าหากมีคนแชร์ประสบการณ์ท่องเที่ยวของตนเอง ลงในโลกออนไลน์เป็นจำนวนมากย่อมแสดงว่าเป็นเรื่องราวที่ดีมีความน่าสนใจและมีคุณค่านักท่องเที่ยวจะเกิดความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเพิ่มขึ้นอย่างทวีคูณ

สินค้าที่ได้รับความนิยม

แม้ว่าการเสาะหาประสบการณ์แปลกใหม่ในการท่องเที่ยวจะเป็นเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวในประเทศไทยแต่เมื่อมาถึงประเทศไทยแล้วการช้อปปิ้งก็ถือเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมสุดโปรดของนักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่โดยจะให้ความสำคัญกับราคาสินค้าและบรรจุภัณฑ์อย่างมากส่วนใหญ่นิยมใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของฝากที่ต้องซื้อแหล่งจัดจำหน่ายพิจารณาจากความเห็นจากผู้ที่เคยซื้อพร้อมเปรียบเทียบราคาทั้งยังสอบถามไถ่และผู้ที่เคยมาซื้อก่อนหน้านี้ด้วย สินค้าของไทยที่ได้รับความนิยมซื้อเป็นของฝากมากที่สุดคือของทานเล่นที่มีลักษณะเป็นไทยมีจำหน่ายในประเทศไทยที่เดียวอาทิขนมเม็ดจิตรลดาผลไม้เมืองร้อนอบแห้งกล้วยตากและกล้วยอบเนยทุเรียนทอดรวมถึงมะม่วงอบแห้งเพราะมะม่วงของไทยแตกต่างจากมะม่วงของจีนมะม่วงไทยจะมีรสชาติหวานอร่อยกว่าและราคาถูกกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนจึงคลั่งไคล้มาก

นอกจากนี้เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สปาไทยยังเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความสนใจและนิยมซื้อกับประเทศด้วยเนื่องจากชาวจีนรุ่นใหม่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพความสวยงามมากขึ้นรวมทั้งยังมี

สรรพคุณในการแก้รังเกียจและกลิ่นหอมที่เป็นเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่นิยมอาทิสบู่ก้อนของ Harnn , Thann , Panpuri เป็นต้นยาคมยาหม่องโดยเฉพาะตราโพธิ์หยกตราเสือรวมถึงผลิตภัณฑ์ดูแลผิว Snail White Cream และ Ele นอกจากนี้ในระยะหลังนักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่ยังชื่นชอบสินค้าท้องถิ่นมากขึ้นด้วยอาทิมอนยางพาราผ้าไหมทอมือเครื่องหนัง เป็นต้นเนื่องจากเป็นสินค้าหายากและมีเอกลักษณ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการและบางผลิตภัณฑ์จะมีจำหน่ายในจีนจำนวนมากอย่างผ้าไหมทอมือแต่ด้วยจุดเด่นของลวดลายไทยที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครและมีความหลากหลายของผ้าไหมให้เลือกจึงนิยมมาซื้อในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก

สำหรับการพิจารณาเลือกซื้อสินค้าจะมุ่งสรรหาสินค้าคุณภาพดีในราคาถูกรวมถึงให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่ต้องมีสัญลักษณ์บ่งบอกถึงความเป็นไทยและคำอธิบายคุณสมบัติแหล่งที่มาชัดเจนส่วนสถานที่ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมซื้อสินค้าจะขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์หากเป็นสินค้าท้องถิ่นนิยมตำแหน่งท่องเที่ยวแต่หากเป็นขนมขบเคี้ยวผลไม้อบแห้งเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สปาไทยจะซื้อตามห้างสรรพสินค้าและซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำอาทิ Boots , Watson , คิงพาวเวอร์ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเนื่องจากราคาถูกและดีทั้งยังโปรโมชั่นส่วนลดและขอคืนภาษีได้

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

จากการศึกษาของ Dickman (1996) ระบุว่า องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย องค์ประกอบหลัก 5 ประการ หรือ 5 A ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
2. ความสะดวกในการเดินทาง (Access)
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
4. ที่พัก (Accommodation)
5. กิจกรรมต่างๆ (Activities)

จากหลักการ 5 A ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบหลัก ดังนี้

1. สินค้าทางการท่องเที่ยว หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งจำแนกได้ 3 ประเภท ดังนี้

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติของประเทศ โดยส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การดูแลของกรมป่าไม้ เช่น อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า สวนพฤกษศาสตร์ และสวนรุกขชาติ

1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและความสำคัญในเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา ตลอดจนสิ่งก่อสร้างหรือสถานที่ซึ่งมีความเก่าแก่และมีประวัติความเป็นมาเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์สำคัญในอดีต เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ คูเมืองโบราณ พิพิธภัณฑสถาน ชุมชนบ้านโบราณ ตลาดน้ำ ศาสนสถาน เป็นต้น

1.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม

2. กิจกรรมทางการท่องเที่ยว หมายถึง เหตุการณ์หรือกิจกรรมต่างๆ อาทิ เทศกาล ประเพณี การจัดงานที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

2.1 กิจกรรมการท่องเที่ยวเทศกาลและงานประเพณี ได้แก่ งานรื่นเริง งานแสดงผลผลิตหรือการแสดงผลสินค้า งานประเพณี งานฉลองหรือรำลึกเหตุการณ์สำคัญ

2.2 งานแสดงแสง- สี เสียง

2.3 กิจกรรมกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว

2.4 กิจกรรมพิเศษ หรือ งานเฉลิมฉลอง

3. บริการทางการท่องเที่ยว หมายถึง บริการหรือสิ่งที่เสนอขายเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจำแนกลักษณะของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (Characteristic of Tourism Product) ได้ 8 ลักษณะ ดังนี้ บริการด้านขนส่ง บริการ สารสนเทศ บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ บริการที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก บริการภัตตาคารและร้านอาหาร บริการด้านบันเทิงเริงรมย์ บริการด้านสินค้าที่ระลึก และบริการด้านความปลอดภัย โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

3.1 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ (Intangible) เปรียบเสมือนประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยว เช่น บริการต้อนรับ บริการบนพาหนะเดินทาง บริการที่พัก เป็นต้น

3.2 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน (Heterogeneity) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ หรือลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอื่นๆ

3.3 ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์รวม (Complementarity) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ควรรวมบริการและผลิตภัณฑ์เกี่ยวเนื่องเข้าไว้ด้วยกัน เช่น แพคเกจทัวร์เครื่องบิน พร้อมบริการที่พักและรถเช่า เป็นต้น

3.4 ผลิตรภัณฑการทอองเทียวที่แยกจากกันไดยาก (Inseperability) หมายถึง ผลิตรภัณฑที่มีลักษณะเป็นองครวม ประกอบด้วย ผลิตรภัณฑหรือสินค้ำ สถานที่ บุคลากร บริการ ที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได หากคุณภาพสิ่งหนึ่งสิ่งใดบกพรอองจะส่งผลลตอภาพรวมของผลิตรภัณฑการทอองเทียวนั้นๆ

3.5 ผลิตรภัณฑการทอองเทียวที่ไม่สามารถเก็บรักษาไวได (Perishability) หมายถึง ผลิตรภัณฑที่มีการกำหนดระยะเวลาในการใช้ผลิตรภัณฑหรือบริการ เช่น บัตรรับประทานอาหาร Gift Voucher ซึ่งหากเกินระยะเวลาที่กำหนดจะไม่สามารถใช้ผลิตรภัณฑหรือบริการนั้นๆ ได้

3.6 ผลิตรภัณฑการทอองเทียวที่เป็นฤดูกาล (Seasonability) ผลิตรภัณฑหรือบริการที่มีการจัดจำหน่ายเป็นช่วงระยะเวลาหรือฤดูกาล อาทิ บัตรและแพคเกจชมกีฬา แพคเกจทอองเทียวเฉพาะฤดูกาล เป็นต้น

การเสนอขายผลิตรภัณฑการทอองเทียว

รูปแบบผลิตรภัณฑการทอองเทียวสามารถจำแนกวิธีการเสนอขายได้ ดังนี้

1. ผลิตรภัณฑหลัก (Core Product) หมายถึง สินค้ำและบริการหลักที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักทอองเทียวกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

2. ผลิตรภัณฑที่คาดหวัง (Expected Product) หมายถึง สินค้ำและบริการที่ลูกค้าคาดหวังว่ามีสิทธิ์จะได้รับ เช่น การต้อนรับจากพนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความสะดวกสบายในสถานที่พักแรมหรือสถานที่ทอองเทียว เป็นต้น

3. ผลิตรภัณฑควบ (Augmented Product) หมายถึง สินค้ำและบริการที่ลูกค้าได้รับเพิ่มเติมควบคู่กับการซื้อสินค้ำ อาจเป็นผลลตอภัณฑ การบริการเสริม ข้อเสนอพิเศษ เป็นต้น

4. ศักยภาพผลิตรภัณฑ (Potential Product) หมายถึง การพัฒนาผลิตรภัณฑเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในอนาคต อาจเป็นรูปแบบการบริการใหม่ๆ หรือผลิตรภัณฑใหม่ ที่สร้างความประทับใจ หรืออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อสินค้ำและบริการ เป็นต้น

การพัฒนาผลิตรภัณฑ (Product Development)

การพัฒนาผลิตรภัณฑหมายถึง การเติบโตของยอดขายผลิตรภัณฑชนิดใดชนิดหนึ่งเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งจะมีลักษณะเป็นวงจรเล่าต่อไปเรื่อย ๆ การศึกษารายละเอียดของวัฏจักรชีวิตผลิตรภัณฑจะมีประโยชน์ต่อนักการตลาดและนักธุรกิจ การเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าหรือผู้ซื้อที่มีต่อผลิตรภัณฑ จากการวิเคราะห์ลักษณะต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตรภัณฑ ช่วยให้สามารถวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด กำหนดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ได้ถูกต้องและเหมาะสม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีความเชื่อมโยงไปถึง การส่งมอบมูลค่าเพิ่มไปสู่ผู้บริโภค การสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับผู้บริโภคนั้นเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับหลักการด้านห่วงโซ่มูลค่า ซึ่งเป็นการบูรณาการกระบวนการต่างๆอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกัน ซึ่งแนวคิดดังกล่าว ดำเนินการโดยมีวัตถุประสงค์ ด้านเศรษฐกิจเป็นหลักใหญ่ (Smith & Colgate. 2007)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) หมายถึงการนำทรัพยากรไปใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าได้สูงสุด Argandona (2011) มูลค่าทางเศรษฐกิจเกิดขึ้นได้เมื่อผู้บริโภคพึงพอใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ และยังถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางด้านต่างๆต่อผู้บริโภคมกขึ้น ในการตอบสนองความคาดหวังในอนาคต ผู้บริโภคก็พร้อมที่จะใช้จ่ายเพื่อผลิตภัณฑ์นั้น นอกจากนั้นแล้วการสร้างมูลค่าเพิ่ม ยังหมายรวมถึง วิธีการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ (Aaker. 2001: 154 อ้างอิงจาก สุพาดา สิริกิตตา. (2557) เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากสินค้าและบริการ เนื่องจากสิ่งที่ลูกค้าต้องการไม่ใช่แค่คุณค่า แต่เป็นมูลค่าเพิ่มที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกมากกว่าความพอใจซึ่งผู้ประกอบการสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ รวมถึงการสร้างภาพลักษณ์ (Image) หมายถึงองค์รวมของความเชื่อถือความคิดและความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติและการกระทำใดๆ ที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นจะเกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของสิ่งดังกล่าวอย่างมาก (Kotler. 2000) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2559: ออนไลน์) ได้กล่าวว่าการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) เป็นกลยุทธ์สำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผลิตภัณฑ์ ธุรกิจ และการท่องเที่ยว ในยุคที่ต้องขับเคลื่อนด้วยทุนสมอง สติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ แทนการแข่งขันด้วยการใช้ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบ แรงงาน และความสามารถในการผลิต ตามแนวคิดเดิมของระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรมการผลิตจำนวนมาก (Mass Production) ซึ่งกำลังหมดสมัย ไม่สามารถแข่งขันได้ในปัจจุบัน

การสร้างสรรค์คุณค่า หรือ Value Creation มีความแตกต่างจาก Value Added ซึ่งเป็นคำที่เราคุ้นเคยกันมานานทั้งในด้านความหมายและแนวคิด

ตารางที่ 2.3 แสดงคำจำกัดความระหว่าง Value Creation และ Value Added (ที่มา: ISMED, 2559)

Value Creation	คือกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับผู้บริโภค ด้วยการ เพิ่มคุณค่า ซึ่งได้มาจากทุนสร้างสรรค์ต่างๆ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติ นวัตกรรม หรือเทคโนโลยี เข้าไปในผลิตภัณฑ์หรือบริการ และทำให้เกิดความนิยม การยอมรับจากผู้บริโภค
Value Added	เน้นการ เพิ่มมูลค่า เข้าไปในแต่ละขั้นตอนของ Value Chain ซึ่งเป็นเรื่องของผู้ประกอบการมากกว่าผู้บริโภค

การสร้างสรรค์คุณค่าผลิตภัณฑ์ (Value Creation) นั้นสามารถนำไปสู่มูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้สูงขึ้น สร้างภูมิคุ้มกันจากการลอกเลียนแบบและการตัดราคา รวมทั้งปรับตำแหน่งของธุรกิจสู่ตำแหน่งที่สามารถเป็นผู้กำหนดราคาได้ตามความเหมาะสม นำมาซึ่งรายได้และผลกำไรที่เพิ่มขึ้นได้ ดังนั้นจึงควรให้ความสำคัญกับการค้นหาคุณค่าที่แท้จริงของทุนหรือจุดแข็งของผู้ผลิต นำมาสร้างสรรค์ให้เกิดความโดดเด่น แตกต่าง ทั้งในด้านรูปทรง ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย หรือการตอบสนองอารมณ์ความรู้สึก โดยมุ่งสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทั้งความต้องการพื้นฐานและความต้องการเฉพาะที่ยังไม่เคยได้รับการตอบสนอง (Unmet Demand)

อย่างไรก็ตามความสำเร็จในการยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ใดๆก็ตาม ขึ้นอยู่กับการสร้างความสมดุลที่ตรงระหว่างสิ่งที่เกิดขึ้นเป็น “คุณค่า” ที่ผู้บริโภคจะได้รับ และ “มูลค่าเพิ่ม” ที่ผู้ประกอบการคาดหวัง อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจที่ยั่งยืนต่อไป

การสร้างมูลค่าเพิ่มในงานออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น สามารถทำได้ทุกขั้นตอนกระบวนการผลิต บางกรณีอาจจะเน้นในจุดเดียว แต่บางกรณีอาจต้องกระทำในหลายๆ จุดไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้ผลสำเร็จสุดท้าย คือการได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี “คุณค่าเพิ่ม” สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และการสร้างมูลค่าเพิ่มสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ มีหลักในการพิจารณาดังนี้คือ

1) พิจารณาความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภค

การพิจารณาความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเป็นอันดับแรกนั้น ต้องเข้าใจว่าผู้บริโภคมีทัศนคติอย่างไรในการบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือ บริการนั้นๆ ทั้งด้านกายภาพและด้านอารมณ์ความรู้สึก เช่น หากผู้บริโภค ที่เป็นนักท่องเที่ยวมาจังหวัดจันทบุรี เลย หนองคาย และบึงกาฬด้วยความเลื่อมใส ศรัทธา ในพุทธศาสนา ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกสำหรับผู้บริโภคกลุ่มนี้ ควรมีเรื่องราวที่มีความเชื่อมโยงกับสิ่งที่ผู้บริโภคเลื่อมใสศรัทธา เช่น การออกแบบภาชนะใส่น้ำมนต์ขนาดเล็ก มีรูปทรงที่สวยงามทรงคุณค่าโดยที่ชิ้นงานต้องมีความประณีตในการผลิต

2) พิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ในเรื่องแนวคิด

การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์ในเรื่องแนวคิด ถือเป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า โดยนักออกแบบ ต้องมีความเข้าใจพื้นฐานเรื่องของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ และบริบทของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี และต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative thinking) ในการสร้างสรรค์แนวคิดที่แตกต่างและโดดเด่น เช่น หากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวแหล่งพุร้อนจังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย นั้นมีรสนิยมท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

รักษ์สิ่งแวดล้อม และเป็นคนรุ่นใหม่ที่ชอบความแปลกใหม่ กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่ถูกออกแบบขึ้นมาควรมีแนวคิดที่ช่วยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และผลิตมาจากธรรมชาติ ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเป็นต้น

3) การพิจารณาวัตถุดิบ

การคัดเลือกวัตถุดิบที่มีเรื่องราวที่จะสร้างมูลค่าเพิ่มได้ เช่น การเลือกวัตถุดิบที่เป็น ของท้องถิ่นซึ่งมีเรื่องราวและความแตกต่างที่โดดเด่น และเป็น “คุณค่า”

4) การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึง “คุณค่า” ของผลิตภัณฑ์

เป็นการพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึง “คุณค่า” ของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สัมผัสแรก หรือ ตั้งแต่มองเห็นซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้อาจจะสร้าง “มูลค่าเพิ่ม” ให้แก่ความสะดวก การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือความสวยงาม

5) การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มต่อผู้บริโภคในด้านความสะดวก

เป็นการพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มเรื่องการนำผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นการเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภคในด้านความสะดวกนั้น ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้องไม่สร้างภาระ หรือเป็นอุปสรรคต่อการเดินทาง หรือส่งต่อ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสะดวกในการขนส่ง และมีความรู้สึกด้านบวกต่อผลิตภัณฑ์ ในกรณีที่ของที่ระลึกมีประโยชน์ใช้สอย ก็อาจออกแบบให้รูปทรง สี สัน ช่องส่งเสริมบุคลิกภาพของผู้ใช้ได้ด้วย เช่นการออกแบบเคสโทรศัพท์มือถือ ที่ใช้วัสดุอย่างดี มีรูปทรงและสีที่สามารปรับใช้ได้อย่างเหมาะสมกับเสื้อผ้าทุกโทนสี และรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ เมื่อถูกหยิบใช้งาน หรือพกพา

การสร้างการรับรู้ ซึ่งต้องดำเนินควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์

การสร้างแบรนด์เป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ ในภาพรวม เป็นการนำ “มูลค่าเพิ่ม” มาแปลงเป็น “คุณค่า” เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ การสร้างแบรนด์เป็นมากกว่าการมีชื่อหรือการโฆษณา แต่หมายถึงการ “สื่อสาร” ในจุดที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายสัมผัสถึง เพื่อเสริมสร้างการรับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์

จิตตินุช วัฒนะ (2555) ได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องการรับรู้ว่า การรับรู้ หมายถึง การแปลความ หมายจากการสัมผัส โดยเริ่มตั้งแต่ การมีสิ่งเร้ามากระทบกับอวัยวะรับสัมผัสทั้งห้า และส่งกระแสประสาทไปยังสมองเพื่อการแปลความ กระบวนการของการรับรู้ เป็นกระบวนการ ที่คาบเกี่ยวกันระหว่างเรื่องความเข้าใจ (Understanding) การคิด (Thinking) การรู้สึก (Sensing) ความจำ (Memory) การเรียนรู้ (Learning) และการตัดสินใจ (Decision making) ดังนั้น การสร้างการรับรู้สิ่งเร้าทางการตลาด (Marketing Stimuli) กับการรับรู้ของผู้บริโภค (Consumer Perceptions) จึงมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ซึ่งในการดำเนินกิจกรรมทาง

การตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้สนใจและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค การศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งเร้าทางการตลาด จึงมีส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าทางการตลาด คุณลักษณะของจุดหมายปลายทาง มีความสำคัญต่อเมื่อเกิดการรับรู้ นักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ถึงความสำคัญของลักษณะภูมิประเทศวัฒนธรรมและความเป็นมา คุณภาพในการบริการความสะดวกต่อการมาเยือน ความปลอดภัย สภาพภูมิอากาศ เป็นต้น

เมื่อผลิตภัณฑ์ถูกนำออกสู่ตลาด แสดงถึงการเริ่มต้นของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ระยะเวลาที่ผ่านไปจะมียอดขายเพิ่มขึ้นมากบ้าง น้อยบ้าง เป็นการแสดงถึงการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์นั้น หากผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับจากตลาดเป็นอย่างดียอดขายจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เมื่อผู้ซื้อไม่ต้องการผลิตภัณฑ์นั้น ยอดขายจะตกต่ำลง ในที่สุดผลิตภัณฑ์นั้นก็จะหายไปจากตลาด แต่จะมีผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาสู่ตลาดแทนผลิตภัณฑ์เก่าที่ล้าสมัยซึ่งผู้ต้องการซื้ออีกต่อไป ผลิตภัณฑ์ใหม่ส่วนหนึ่งอาจได้รับการต้อนรับจากตลาด แต่ผลิตภัณฑ์อีกหลายชนิดไม่สามารถเข้าสู่ตลาดจนลูกค้ายอมรับได้ ดังนั้นระยะเวลาที่ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะอยู่ในตลาดจึงไม่เท่ากัน เป็นการแสดงให้เห็นวงจรชีวิตที่สั้นหรือยาวของผลิตภัณฑ์ซึ่งคล้ายกับวงจรชีวิตของคนเรา และจะเกิดวงจรชีวิตใหม่ เข้ามาแทนที่วงจรเดิมอย่างนี้ตลอดไปเรื่อย ๆ วงจรใหม่ที่เกิดขึ้นอาจจะมาจากผลิตภัณฑ์ใหม่มีเทคโนโลยีสูงกว่า มีประสิทธิภาพดีกว่า หรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

2.1.4 แนวคิดการสร้างแบรนด์สถานที่ (Destination Branding) ทฤษฎีด้านภาพลักษณ์สถานที่ (Destination Image) และการสร้างอัตลักษณ์ (Identity)

การสร้างแบรนด์สถานที่ (Destination Branding)

แนวคิดในการสร้างแบรนด์สถานที่นั้นจะคล้ายคลึงกับแนวคิดในการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ เนื่องจากว่าสถานที่เป็นรูปแบบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ คำนิยามมีค่อนข้างหลากหลายและแปรเปลี่ยนไปจากอดีตซึ่งค่อนข้างจำกัดขอบเขตจนปัจจุบันมีขอบเขตกว้างขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมการดำเนินงานด้านการตลาดที่เปลี่ยนไปเช่นกัน เช่น Aaker (1991) ได้ให้ความหมายของแบรนด์ผลิตภัณฑ์ (Brand) ไว้ค่อนข้างจำกัดว่า ตรายี่ห้อหรือแบรนด์ คือ การตั้งชื่อและการออกแบบสัญลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างจากคู่แข่งส่วน Ritchie และ Ritchie (1998) ให้คำจำกัดความกว้างขึ้นโดยเห็นว่าตราสถานที่ (Destination Brand) หมายถึง ชื่อ (Name) สัญลักษณ์ (Symbol) โลโก้ (Logo) หรือรูปภาพ (Graphic) ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของสถานที่หรือแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างจากสถานที่อื่น

แบรนด์สถานที่เป็นกลไกหนึ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในสถานที่นั้นๆ และก่อให้เกิดความทรงจำที่ดีจากการได้รับประสบการณ์ตรงตามที่แบรนด์ได้ส่งเสริมไว้ (Rithchie & Ritchie, 1998, หน้า 103 กล่าวไว้ใน Blain Levy & Ritchie, 2005, หน้า 331) นอกจากนี้แล้ว Allan (2004) ยังแนะนำว่าการสร้างแบรนด์ให้กับสถานที่นั้น ควรจะเน้นถึงการให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีต่อสถานที่ ความน่าดึงดูดของสถานที่ ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ แสดงคุณภาพของสถานที่เพื่อให้แบรนด์ยั่งยืน รวมถึงการสื่อสารแบรนด์ไปยังตลาดทั่วโลกเพื่อให้ทุกคนได้รับรู้ถึงสถานที่นั้น

แบรนด์สถานที่มีการใช้งานที่สำคัญสองอย่างเช่นเดียวกับแบรนด์ทั่วไปคือก่อให้เกิดการแยกแยะเอกลักษณ์ (Identification) และความแตกต่าง (differentiation) (Qu, Kim, และ Im, 2010) แต่ในขณะที่สินค้าทั่วไปหมายถึงสิ่งที่เป็นกายภาพ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่าย สถานที่นั้นเป็นสินค้าที่มีความใหญ่และเต็มไปด้วยส่วนประกอบที่เป็นทั้งวัตถุ สามารถจับต้องได้ (Tangible) เช่น สถานที่ทางประวัติศาสตร์ หรือชายหาด และไม่เป็นวัตถุ ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangible) เช่นวัฒนธรรม ธรรมเนียม และประวัติศาสตร์ (Florek, 2005 อ้างอิงโดย Qu, Kim, และ Im, 2010)

ด้วยความซับซ้อนในการสร้างแบรนด์ของสถานที่ การแยกแยะเอกลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งเอกลักษณ์ของแบรนด์นั้นเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างลักษณะของสถานที่ๆ ผู้ผลิต ผู้บริหารจัดการ หรือผู้กำหนดนโยบาย พึงประสงค์ เอกลักษณ์ดังกล่าวสามารถอธิบายถึงความมุ่งหวังของผู้ผลิตว่าแบรนด์ของตนนั้นควรถูกตลาดกลุ่มเป้าหมาย (ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว) มองอย่างไร นอกจากนี้ การกำหนดตลาดกลุ่มเป้าหมายยังมีความสำคัญเพราะเอกลักษณ์บางอย่างของสถานที่ๆ ส่งผลในเชิงบวกแต่กลุ่มเป้าหมายกลุ่มหนึ่ง อาจไม่ส่งผลดีต่อกลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่ม (Fan, 2006 อ้างอิงโดย Qu, Kim, และ Im, 2010) ความแตกต่างจากคู่แข่งที่เกิดขึ้นจากการสร้างแบรนด์สถานที่ๆ เกิดจากความหมายและความผูกพันของผู้บริโภค (ผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว) ความเข้าใจว่าสิ่งใดในแบรนด์ที่แตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่งนั้นเป็นเรื่องสำคัญ ความแตกต่างเหล่านี้สามารถช่วยให้ผู้บริโภคมองแบรนด์ในเชิงบวกและเกิดความผูกพัน (Keller, 2008 อ้างอิงโดย Qu, Kim, และ Im, 2010) หัวใจสำคัญในการสร้างแบรนด์คือการทำให้ผู้บริโภคมองเห็นความแตกต่างของสินค้าจากสินค้าหลากหลายแบรนด์ในหมวดเดียวกันเพราะแบรนด์ที่ถูกมองว่าเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวนั้นยากที่จะถูกแทนที่ด้วยแบรนด์อื่น (Qu, Kim, และ Im 2010) และสำหรับสถานที่นั้น แบรนด์เป็นจุดเชื่อมระหว่างต้นทุนของพื้นที่และการรับรู้ของผู้ที่คาดว่าจะเข้ามาเยือน (Morgan, 2002 อ้างอิงโดย Schaar, 2013)

Wanjiru (2006) ได้เสนอแนะไว้ในแนวทางเดียวกันว่าการสร้างแบรนด์สถานที่ให้แข็งแกร่งนั้นควรกระทำดังนี้ คือ แบรนด์นั้นจะต้องนำเสนอในสิ่งที่สามารถทำได้เพราะจะต้องปฏิบัติตามสัญญาแบรนด์นั้นจะต้องแสดงถึงภาพลักษณ์ที่ดีหรือชื่อเสียงของสถานที่และแบรนด์นั้นจะต้องถูกสร้างเพื่อให้นักท่องเที่ยว

คุ้นเคยและเกิดการยอมรับ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์หรือชื่อเสียงของสถานที่เป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่หนึ่งๆ กรอบการสร้างแบรนด์สถานที่นี้ควรเป็นกรอบแนวคิดใหญ่ โดยการสร้างภาพลักษณ์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการนำไปสู่การสร้างแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้น Blain et al. (2005) ได้ให้ความเห็นว่าการสร้างตราสถานที่ (Destination Branding) มีกระบวนการดังนี้

- 1) การหาเอกลักษณ์หรือลักษณะเด่นของสถานที่นั้น รวมถึงการสร้างชื่อ สัญลักษณ์ หรือ รูปภาพ
- 2) การนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวตามที่สัญญาไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีต่อสถานที่นั้น
- 3) การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความชื่นชอบและสามารถจดจำสถานที่นั้น

แบรนด์สถานที่จึงเป็นผลจากการตระหนักถึง (Awareness) และภาพลักษณ์ (Image) เช่นเดียวกับแบรนด์ทั่วไป การตระหนักถึงแบรนด์ถูกจัดให้เป็นสิ่งที่จำเป็นก่อนด้านอื่นๆ (Konecnik, 2007 อ้างอิงโดย Schaar, 2013) เพราะหากไม่มีการตระหนักถึงแบรนด์ก่อนในระดับหนึ่ง ผู้บริโภคจะไม่สามารถรับรู้ถึงภาพลักษณ์สถานที่ คุณภาพ และอื่นๆ ในด้านภาพลักษณ์ ภาพลักษณ์แบรนด์สถานที่ถูกให้ความหมายว่าเป็นการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ๆ สะท้อนจากส่วนประกอบต่างๆ ในความทรงจำของนักท่องเที่ยว (Cai, 2002 อ้างอิงโดย Schaar, 2013)

ทฤษฎีด้านภาพลักษณ์สถานที่ (Destination Image)

ภาพลักษณ์สถานที่ หมายถึง องค์รวมความประทับใจที่มีต่อสถานที่หนึ่งๆ หรือการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่หนึ่งๆ (Echtner&Ritchie, 2003) ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวประเมินต่อสถานที่หรือประเมินต่อสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้นๆ โดยภาพลักษณ์สถานที่จะมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี เช่น สถานที่ที่มีชื่อเสียง ที่มีความสวยงาม มีความสะอาด และมีความปลอดภัย ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวจะหลีกเลี่ยงที่จะเดินทางไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่สกปรก สถานที่ที่ไม่ปลอดภัยสถานที่ที่มีความไม่มั่นคงทางการเมืองหรือเกิดการประท้วง การจลาจล เป็นต้น ดังนั้น สถานที่จำเป็นต้องบริหารจัดการภาพลักษณ์อย่างละเอียดอ่อนเพราะคือด่านที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายนั้นๆ ภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้และถูกประเมินได้ ดังนี้

การประเมินภาพลักษณ์สถานที่

ภาพลักษณ์ของสถานที่ประกอบด้วยภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (Cognitive Image) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image) และภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Overall/Global Image) (Baloglu & McCleary 1999) ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้ (Perceptual/Cognitive Image)

เป็นการรับรู้ที่เกิดจากการเห็นหรือการได้ยินจากสื่อต่างๆ รวมถึงการรับรู้ที่ตนเองได้เห็นหรือมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เป็นภาพลักษณ์ที่ก่อให้เกิดความเชื่อ (Beliefs) หรือความรู้ (Knowledge) เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ได้แก่ ความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวประเพณีและวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่เป็นต้น ซึ่งความเชื่อหรือความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลตามสื่อต่างๆ จะเป็นปัจจัยหนึ่งในการจูงใจหรือการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการอยากรู้ อยากเห็นและเกิดความสนใจที่จะมาสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่เคยมีประสบการณ์กับแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น มาก่อน

2) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกหรือทัศนคติ (Affective Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากความรู้สึกที่ถูกประเมินหลังจากนักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ หรือเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเห็นหรือการได้ยินทำให้นักท่องเที่ยวมีทัศนคติหรือมีความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อสถานที่ต่างๆ นั้น

3) ภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Overall/Global Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ต่างๆ (Cognitive Image) และภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับการประเมินความรู้สึกต่อคุณลักษณะต่างๆ ของสถานที่นั้นๆ (Affective Image) เกิดเป็นองค์รวมหรือภาพรวมสะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพลักษณ์ใหญ่ของสถานที่นั้นๆ กล่าวคือภาพลักษณ์ตามคุณลักษณะต่างๆ ของสถานที่ เช่น ทิวทัศน์ภูมิประเทศ อากาศ สถาปัตยกรรม วัฒนธรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น และความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อคุณลักษณะต่างๆ นั้น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดหรือภาพลักษณ์ของประเทศหนึ่งๆ

องค์ประกอบภาพลักษณ์สถานที่

Echtner และ Ritchie (1991) กล่าวว่า การวัดภาพลักษณ์สถานที่ประกอบด้วย 3 ทิศทาง ได้แก่

1) ภาพลักษณ์ด้านหน้าที่ (Functional Characteristics) – ภาพลักษณ์ด้านจิตวิทยา (Psychological Characteristics)

2) ภาพลักษณ์ตามรายละเอียด (Attributes) – ภาพลักษณ์รวม (Holistic)

3) ภาพลักษณ์ทั่วไป (Common) - ภาพลักษณ์ที่เด่น (Unique)

ทฤษฎีด้านปัจจัยที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์สถานที่ (Image Formation)

นักท่องเที่ยวอาจมีภาพลักษณ์ต่อสถานที่ที่แตกต่างกันโดยภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับนั้นมาจากแหล่งข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายช่องทาง และในแต่ละแหล่งข้อมูลย่อมมีข้อมูลที่แตกต่างกันไป Gun (1972) ได้เสนอแนะว่าแหล่งกำเนิดของภาพลักษณ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แหล่งใหญ่ๆ คือ

1) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากข้อมูลของการส่งเสริมการตลาด (Induced Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่ก่อขึ้นจากผลของข้อมูลที่ได้รับมาจากเครื่องมือการสื่อสารการตลาดขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การโฆษณาตามสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ วิทยุ และ นิตยสาร ข้อมูล จากโบรชัวร์ ข้อมูลจากผู้แทนบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

2) ภาพลักษณ์ที่เกิดจากข้อมูลที่ไม่ใช่การส่งเสริมการตลาด (Organic Image)

เป็นภาพลักษณ์ที่ก่อให้เกิดขึ้นทางอ้อมซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่ก่อขึ้นเองโดยบุคคลนั้นได้รับข้อมูลข่าวสารผ่านทางเอกสารหนังสือรายงานต่างๆ หรือ จากการแนะนำของเพื่อน คนรู้จักญาติพี่น้อง เป็นต้น ซึ่งแนวความคิดของ Gun (1972) ได้สอดคล้องกับแนวความคิดของ Fakeye และ Crompton (1991) ได้เสนอแนะว่าภาพลักษณ์ ของสถานที่ประกอบด้วยภาพลักษณ์ที่เกิดจากข้อมูลของการส่งเสริมการตลาด ข้อมูลที่ไม่ใช่การส่งเสริม การตลาด และข้อมูลที่ได้รับมาจากประสบการณ์ ดังนั้น นักการตลาด ควรจะส่งเสริมภาพลักษณ์สถานที่ด้วยวิธีที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อเป็นการแจ้งข้อมูลข่าวสาร การชักชวน และการเตือนความจำ

มีหลายงานวิจัยได้ศึกษาถึงภาพลักษณ์สถานที่และพบว่าภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่หนึ่งๆ ได้ก่อขึ้นมาจากข้อมูลทั้งในรูปของการส่งเสริมการตลาดและข้อมูลที่ไม่ใช่การส่งเสริมการตลาด ตัวอย่างเช่นงานวิจัยของ Ngamsom (2001) พบว่า แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้ในการวางแผนมาเที่ยวประเทศไทย คือ แหล่งข้อมูลจากผู้แทนบริษัทนำเที่ยว การแนะนำจากครอบครัว หนังสือแนะนำการเดินทาง เพื่อน ญาติ อินเทอร์เน็ต โบรชัวร์ หนังสือพิมพ์การโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับ ข้อมูลการท่องเที่ยวมาจากทั้ง แหล่งข้อมูลที่มาจากการส่งเสริมการตลาด (Induced Image) และจากข้อมูลที่ไม่ใช่การส่งเสริมการตลาด (Organic Image) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่ตลาดต่างประเทศโดย

ทำการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อกลางแจ้ง สื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทำการเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายในต่างประเทศและการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงเพื่อเป็นผู้แทนในการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสู่ตลาดต่างประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2551) ส่วนงานวิจัยของ Suh (2001) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ชาวญี่ปุ่น ชาวอเมริกันและ ชาวยุโรป) ส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวที่กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ เนื่องจากพวกเขาได้รับข้อมูลมาจากการแนะนำของเพื่อนและจากประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มนี้มีภาพลักษณ์ที่เกิดจากข้อมูลที่ไม่ใช่การส่งเสริมการตลาดมากกว่าข้อมูลที่มาจากการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยที่มีผลต่อภาพลักษณ์สถานที่

นักท่องเที่ยวแต่ละคนอาจประเมินภาพลักษณ์ต่อสถานที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งการประเมินภาพลักษณ์สถานที่ ประกอบไปด้วย 2 ปัจจัยใหญ่ๆ คือ ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) กับ ปัจจัยกระตุ้น (Stimulus Factors) (Baloglu & McCleary, 1999) โดยทั้งสองปัจจัยนี้มีผลต่อภาพลักษณ์สถานที่ (Destination Image) ไม่ว่าจะเป็นในด้าน การรับรู้ (Perceptual/Cognitive) ความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (Affective) และภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Global Image)

1) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการประเมินภาพลักษณ์สถานที่ ซึ่งปัจจัยนี้ประกอบด้วย ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) และ ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors) โดยในแต่ละปัจจัยมีองค์ประกอบย่อยๆ ดังนี้

1.1 ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors)

เป็นลักษณะความต้องการซึ่งเกิดจากสภาพจิตใจและส่งผลต่อภาพลักษณ์สถานที่ ประกอบด้วย

- คุณค่าการท่องเที่ยว (Value) เป็นตัวแปรที่นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่าที่ได้รับจากการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดรูปแบบพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น คุณค่าจากการแสวงหาความสุขในชีวิต คุณค่าจากการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่ คุณค่าที่ต้องการสร้างความสัมพันธ์ รวมถึงคุณค่าที่ได้รับการยกย่องจากการไปท่องเที่ยว เป็นต้น

- การจูงใจนักท่องเที่ยว (Motivations) เป็นการกระตุ้น หรือ เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการอยากไปท่องเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ เช่น แรงจูงใจในการไปเดินทางเพื่อพักผ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจ หรือการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความรู้ใหม่ๆ เป็นต้น

- บุคลิกภาพของนักท่องเที่ยว (Personality) ทัศนคติรูปแบบพฤติกรรมและการตอบสนองของบุคคลต่อสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบตัวที่แตกต่างกัน การยอมรับ และความเชื่อต่อข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันจะส่งผลทำให้เลือกรูปแบบการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างกัน

1.2 ปัจจัยด้านสังคม (Social Factors)

เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ ความรู้สึกที่มีต่อภาพลักษณ์ และการประเมินภาพลักษณ์โดยรวม ซึ่งปัจจัยด้านสังคม ประกอบด้วย

- อายุ (Age) เป็นตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อการประเมินภาพลักษณ์ เนื่องจากช่วงอายุมีผลต่อการรับรู้และการประเมินความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ Baloglu และ McCleary (1999) พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่าประเมินว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่าทางด้านการเงิน มีอากาศดี และมีสภาพแวดล้อมที่ดี น้อยกว่ากลุ่มคนที่มีอายุน้อยกว่า ดังนั้นภาพลักษณ์ที่จะนำเสนอด้านการท่องเที่ยวควรจะต้องถูกจัดให้สอดคล้อง และเหมาะสมกับช่วงอายุของนักท่องเที่ยว

- ระดับการศึกษา (Education) สำหรับผู้ที่มีการศึกษามากย่อมได้เปรียบในด้านการเปิดโลกทัศน์ เปิดรับข่าวสาร ค้นหาข้อมูล รวมถึง การใช้ชีวิต หรือมีประสบการณ์ด้านท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยกว่า ซึ่งการศึกษาของ Baloglu และ McCleary (1999) พบว่าระดับการศึกษาที่ต่างกันประเมินการรับรู้ด้านคุณค่าการท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างกัน กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่ยังมีระดับการศึกษาสูง จะประเมินการรับรู้ในด้านนี้น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า

- สถานภาพการสมรส (Marital Status) นักท่องเที่ยวที่มีสถานะโสดส่วนใหญ่ประเมินภาพลักษณ์ของประเทศไทยว่าเป็นประเทศที่มีทิวทัศน์ที่สวยงาม (Scenic Beautiful) และมีการท่องเที่ยวในรูปแบบผจญภัยที่หลากหลาย (Adventure Activities)

ส่วนนักท่องเที่ยวที่สมรสแล้วส่วนใหญ่เห็นว่าประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัยและมีความคุ้มค่าด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการพักโรงแรม (Good-value Hotels)

ดังนั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีสถานะโสดจะชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบผจญภัย และการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบพฤติกรรมที่เน้นความคล่องตัวในการท่องเที่ยวมากกว่าคนที่มีครอบครัว มีบุตร รวมไปถึงค่าใช้จ่ายที่ประหยัดกว่าการท่องเที่ยวที่เป็นแบบลักษณะครอบครัว สำหรับนักท่องเที่ยวที่แต่งงานแล้วนิยมท่องเที่ยวในสถานที่ซึ่งสามารถร่วมกิจกรรมกับครอบครัวและแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยต่อครอบครัวและบุตรหลาน เป็นต้น

- ปัจจัยสังคมด้านอื่นๆ เช่น อาชีพ และ รายได้ เป็นต้น ซึ่งอาจมีผลต่อการรับรู้และการประเมินภาพลักษณ์สถานที่ที่แตกต่างกัน

2) ปัจจัยกระตุ้น (Stimulus Factors)

เป็นปัจจัยที่กระตุ้นหรือผลักดันให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ ได้แก่

2.1 ปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร (Information Sources)

เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ และเป็นปัจจัยหนึ่งที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ต่อสถานที่หรือต่อประเทศต่างๆ ซึ่งปัจจัยด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร ประกอบด้วย 2 ปัจจัยคือชนิดของสื่อ (Type) และจำนวนสื่อที่ได้รับ (Amount) ชนิดของสื่อได้แก่ สื่อโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์จากแผ่นพับหรือโบรชัวร์ จากนิตยสาร หนังสือพิมพ์ หรือ หนังสือคู่มือเดินทาง สื่อทางอินเทอร์เน็ต การแนะนำจากเพื่อน/ญาติ/ครอบครัว รวมถึงแหล่งข้อมูลจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ส่วนจำนวน สื่อหรือความหลากหลายของสื่อที่ถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ก็มีผลต่อการรับรู้และมีผลต่อการประเมินภาพลักษณ์สถานที่ ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวควรทำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ซึ่งทั้งหมดนี้มีผลต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

2.2 ประสบการณ์ที่ผ่านมา (Previous Experience)

ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เนื่องจากประสบการณ์การท่องเที่ยวมีผลต่อภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่นั้นๆ เพราะนักท่องเที่ยวได้เห็นถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมของสถานที่ต่างๆ ที่ตนได้สัมผัสจากการท่องเที่ยวรวมถึงนักท่องเที่ยวได้สะท้อนถึงความรู้สึกในสิ่งที่ตนเห็นและได้รับจากการท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ นอกจากนี้แล้ว ประสบการณ์ที่ได้รับมาจากการท่องเที่ยวก็จะมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ รวมถึงสามารถแนะนำสถานที่นั้นๆ ต่อไปยังคนใกล้ชิดเพื่อนฝูง ครอบครัวหรือญาติพี่น้องได้

2.3 การกระจายข้อมูลข่าวสาร (Distribution)

หมายถึง การกระจายข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่งสามารถสื่อสารได้หลายช่องทาง ได้แก่ ข้อมูลที่มาจากเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด เช่นการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆหรือจากอินเทอร์เน็ต และข้อมูลที่ได้รับมาจากสื่อสังคม เช่น การแนะนำจากเพื่อนหรือญาติ เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาข้อมูลและภาพที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่กระจายตามแหล่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ นั้น จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และเกิดความสนใจที่อยากไปเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่ตนได้รับข้อมูลมาจากแหล่งข้อมูลข่าวสารต่างๆ หรือที่ตนค้นหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติม

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) และปัจจัยกระตุ้น (Stimulus Factors) มีผลกระทบต่องานภาพลักษณ์สถานที่ (Destination Image) ไม่ว่าจะเป็นในด้านการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่ (Perceptual/Cognitive Image) การประเมินหรือความรู้สึกที่มีต่อสถานที่ (Affective Image) และภาพลักษณ์ที่มีต่อสถานที่โดยรวม (Overall/Global Image)

มีงานวิจัยหลายงานด้วยกันที่ได้ศึกษาถึงภาพลักษณ์สถานที่ และพบว่าภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่หนึ่งๆ ได้ก่อขึ้นมาจากข้อมูลทั้งในรูปของการส่งเสริมการตลาดและข้อมูลที่ไม่ใช่การส่งเสริมการตลาด ตัวอย่างเช่น งานวิจัยของ Ngamsom (2001) พบว่า แหล่งข้อมูลท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้ในการวางแผนมาเที่ยวประเทศไทย คือ แหล่งข้อมูลจากตัวแทนบริษัทนำเที่ยว การแนะนำจากครอบครัว หนังสือแนะนำการเดินทาง เพื่อน ญาติ อินเทอร์เน็ต โบรชัวร์ หนังสือพิมพ์การโฆษณาทางโทรทัศน์และวิทยุตามลำดับ ซึ่งจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับ ข้อมูลการท่องเที่ยวมาจากทั้ง แหล่งข้อมูลที่มาจากการส่งเสริมการตลาด (Induced Image) และจากข้อมูลที่ไม่ใช่การส่งเสริมการตลาด (Organic Image) ส่วนงานวิจัยของ Suh (2001) พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ (ชาวญี่ปุ่น ชาวอเมริกันและ ชาวยุโรป) ส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวที่กรุงโซล ประเทศเกาหลีใต้ เนื่องจากพวกเขาได้รับ ข้อมูลมาจากการแนะนำของเพื่อนและจากประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มนี้มีภาพลักษณ์ที่เกิดจากข้อมูลที่ไม่ใช่การส่งเสริมการตลาดมากกว่าข้อมูลที่มาจากการส่งเสริมการตลาด สรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวชุมชนนั้น นอกจากต้องออกแบบให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนได้แล้ว ยังต้องคำนึงถึง รสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนแรงจูงใจในการเลือก และตัดสินใจซื้อ โดยที่ผู้บริโภคต้องมีความคิดเชิงบวกกับสินค้า รู้สึกคุ้มค่ากับการซื้อ

สำนึกในถิ่นที่ (Sense of place)

การสำนึกในถิ่นที่ Sense of place หมายถึง ความสามารถในการระลึกได้รู้สึกได้ถึงความแตกต่างของสถานที่ตำแหน่งที่ตั้งรูปแบบที่วางและรูปทรงซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่นำมาใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมแต่ก็เป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนและลึกซึ้งลึกซึ้งมากโดย Harver Cox ได้อธิบายไว้ว่า ความรู้สึกต่อเนื่องเกี่ยวพันกับสถานที่เป็นเรื่องที่จำเป็นต่อมนุษย์กับการเข้าไปใช้สอยในอาคารหรือสถาปัตยกรรมนั้นๆและจำเป็นต่อการเชื่อมโยงแนวความคิดเข้ากับสถาปัตยกรรมซึ่งขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจ ประสบการณ์และความสามารถของแต่ละคน (Edward 1980 : 63) ดังนั้นความรู้สึกในถิ่นที่อาจจะจะเป็นสิ่งที่เกิดจากการกระตุ้นจากสิ่งแวดล้อมเช่นคนในชุมชนนั้นมีความรู้สึกที่ตัวเองอยู่ในเมืองอันเก่าแก่หรืออาจจะ เป็นประสบการณ์ (Phenomenon) ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติของมนุษย์เช่นความคุ้นเคยการได้กินอาหารภายในบ้านของตนเอง

ความหมายและความสัมพันธ์ของสำนึกในถิ่นที่ (Sense of place) พื้นที่หรือสถานที่ใดสถานที่หนึ่งมีคนเข้าไปใช้พื้นที่นั้นทุกคนจำเป็นที่จะต้องสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับสภาพแวดล้อมเหล่านั้นหรือ

อาจเป็นความรู้สึกสำนึกต่อสถานที่ซึ่งไม่ใช่ศิลปะที่ถูกสร้างขึ้นมาแต่มันเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามกระบวนการทางจิตวิทยาของมนุษย์ “ (Nairn 1965 : 6) ”

ศศิธร คล้ายชม (2546) การสร้างความรู้สึกเชื่อมโยงสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง จุดประสงค์หนึ่งก็เพื่อให้ผู้คนสามารถแยกสถานที่ต่างๆออกจากกันสามารถรับรู้ได้ว่าตนอยู่ ณ สถานที่ใดและแตกต่างจากสถานที่อื่นอย่างไรหากสถานที่หนึ่งสามารถทำให้คนเกิดความรู้สึกเชื่อมโยงต่อสถานที่ในแง่ใดใดที่มีผลต่อความรู้สึกย่อมเกิดคุณค่าและจิตวิญญาณของสถานที่นั้นต่อบุคคลที่แตกต่างจากที่อื่นๆนอกจากนั้นความรู้สึกเชื่อมโยงในถิ่นที่ยังเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดคุณลักษณะของสถานที่ให้มีความเฉพาะตัวเกิดขึ้นด้วยหากว่าสถานที่ใดใดในโลกทุกแห่งสร้างความรู้สึกที่เหมือนกันไปหมดคนเราจะหลงทางและไม่สามารถบอกได้ว่าเรากำลังอยู่ที่ใดในโลกตลอดจนไม่สามารถเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ตนต้องการได้ซึ่งในปัจจุบันได้มีนักจิตวิทยาได้เริ่มทำการศึกษาระบวนการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างคนกับสถานที่กันมากขึ้นเป็นการสะท้อนให้เห็นว่างานสถาปัตยกรรมนั้นไม่ใช่เพียงแค่การออกแบบให้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมเท่านั้นแต่ควรออกแบบให้มีความสอดคล้องกับบุคคลสามารถสื่อสารกับผู้ใช้สอยได้ด้วย

นอกจากนั้น ศศิธร คล้ายชม (2546) ยังแสดงแนวความคิดในการออกแบบที่ควรสื่อถึงแนวคิดรูปทรงและบรรยากาศออกมาให้ได้เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของมนุษย์ทั้งทางรูปธรรมและนามธรรมในด้านรูปธรรมคือรูปทรงที่น่าพึงพอใจในแต่ละท้องถิ่นส่วนทางด้านนามธรรมคือความรู้สึกและบรรยากาศเมื่อมาพิจารณาถึงจิตวิญญาณและบรรยากาศที่เกิดขึ้นภายในงานออกแบบปัจจุบันมักออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์เท่านั้น ดังนั้นความรู้สึกสำนึกที่มีต่องานออกแบบในปัจจุบันจึงสูญหายไปพร้อมกับรูปลักษณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและการรับเอาวัฒนธรรมอื่นเข้ามาผสมผสานกันโดยเป็นความต้องการทางด้านธุรกิจที่กำลังจะพรวดพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นออกไปจากวิถีชีวิตความเป็นจริงของสังคมนั้นนั้นจนวัฒนธรรมกลายเป็นเพียงสินค้าชนิดหนึ่งเท่านั้นที่เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละยุคสมัยในปัจจุบัน งานออกแบบที่เกิดขึ้นมาใหม่นั้นไม่มีความต่อเนื่องทั้งทางด้านรูปลักษณ์และบรรยากาศระหว่างเก่าและใหม่นอกจากนี้ยังรวมไปถึงบริบทโดยรอบหรือลักษณะทางกายภาพของท้องถิ่นควรมีความสอดคล้องกันด้วยดังนั้นงานออกแบบสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นไม่เพียงแต่รูปลักษณ์ที่ควรสืบทอดแต่ควรคำนึงถึงบรรยากาศตั้งแต่ในอดีตจนถึงปัจจุบันเพื่อเป็นการระลึกถึงวัฒนธรรมอันเก่าแก่ของมนุษย์และความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเองที่สามารถบอกถึงพัฒนาการของมนุษย์เราตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

Allen, (2011). ได้กล่าวถึงเรื่องบทบาทของประวัติศาสตร์กับการตลาดการท่องเที่ยวโดยกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความรู้สึกต่อสถานที่นั้นนั้นกับความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่เธอกกล่าวว่า

ความรู้สึกต่อสถานที่ (Senses of Place) หมายถึงลักษณะเฉพาะตัวของสถานที่หรือการที่บุคคลสามารถระลึกถึงสถานที่ใดที่หนึ่งได้เนื่องจากสถานที่นั้นมีลักษณะบางสิ่งบางอย่างที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากสถานที่อื่นๆ ความรู้สึกต่อสถานที่ประกอบด้วยการรับรู้ความรู้สึกผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้าได้แก่ ภาพ เสียง กลิ่น สัมผัส และรสชาติ การรับรู้ความรู้สึกต่อสถานที่ดังกล่าวได้ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ขึ้นระหว่างการรับรู้ความรู้สึกตอนลักษณะทางกายภาพของสถานที่และความเข้าใจของบุคคลต่อการรับรู้ดังกล่าว แล้วจึงตกผลึกเป็นประสบการณ์ทัศนคติและความทรงจำที่มีต่อสถานที่ซึ่งความรู้สึกของสถานที่แต่ละแห่งจะมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองที่สามารถสร้างความรู้สึกและทรงจำที่แตกต่างกันไป ความรู้สึกที่เป็นเอกลักษณ์นี้เองที่นักการตลาดสามารถดึงออกมาเป็นจุดขาย (Selling point) ในธุรกิจการท่องเที่ยวได้

สำนึกในถิ่น สามารถจำแนกได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ สำนึกในถิ่นโดยไม่รู้ตัว (Unself conscious Sense of Place) และ สำนึกในถิ่นโดยรู้ตัว (Self conscious Sense of Place) โดยสำนึกในถิ่นโดยไม่รู้ตัวจะเกิดมาจากกระบวนการทางธรรมชาติของมนุษย์ที่ถูกสร้างขึ้นทีละน้อย มีการพัฒนาต่อเนื่องโดยมีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมรอบตัว ซึ่งในมนุษย์แต่ละคนจะมีความแตกต่างกัน เพราะสำนึกในถิ่นประเภทนี้ขึ้นอยู่กับความรู้ สังคม วัฒนธรรม ประสบการณ์ เป็นต้น สำหรับสำนึกในถิ่นโดยรู้ตัวจะพัฒนามาจากสำนึกในถิ่นประเภทแรก โดยเป็นสำนึกในถิ่นที่มนุษย์สามารถรับรู้ด้วยตัวเองว่าเกิดมาจากสาเหตุใด โดยปัจจัยในการเกิดสำนึกประเภทนี้มีลักษณะที่เข้าใจง่าย มีความชัดเจนในตัวเอง เช่น รูปร่าง ลวดลาย สี สัน เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ อาจสร้างสำนึกในถิ่นผ่านประสาทสัมผัสทางกายมนุษย์หลายด้าน เช่น ทางการมองเห็น การทางได้ยิน ทางการได้กลิ่น ทางการลิ้มรส และทางการสัมผัส

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว

เลวิตท์ (Levitt. n.d. อ้างถึงใน พิบูล ทีปะปาล, 2543: 109) ได้กล่าวไว้ว่า ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นเร้าจิตใจ ทำให้เกิดความต้องการและจากความต้องการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งมีลักษณะเป็นขั้นตอนหรือเป็นกระบวนการ เรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) 3 ประการ ดังนี้

- 1) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior is caused) หมายความว่า การที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมานั้นจะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด และสิ่งที่เป็นสาเหตุก็คือความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง

2) พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior is motivated) หมายถึง เมื่อมนุษย์เรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้วย่อมปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้น จนกลายเป็นแรง กระตุ้น หรือแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันไปเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

3) พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior is goal-directed) หมายถึง การที่มนุษย์แสดง พฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมานั้น มิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไว้ทิศทาง ตรงข้ามกลับมุ่งไปสู่เป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน อย่างไรก็ตาม แม้ว่า กระบวนการของพฤติกรรมของมนุษย์จะมีลักษณะคล้ายกัน แต่รูปแบบพฤติกรรมที่แสดงออกในสถานการณ์ที่ แตกต่างกันไปมีลักษณะแตกต่างกัน ทั้งนี้เกิดจากสาเหตุหลายปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม สังคมและจิตวิทยา ซึ่งทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาแตกต่างกัน

มีนักวิจัยหลายรายที่ดำเนินการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคที่เป็น นักท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่สามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้เพื่อการศึกษาต่อยอดหรือใช้กำหนด นโยบายของภาครัฐหรือเอกชน โดยการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้รายละเอียดดังนี้

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538: 4) ได้เสนอว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว นั้น มักจะ กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลา สำหรับการท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้มีอิทธิพลสำคัญยิ่งต่อ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบ กำหนดทิศทางและขนาดของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้มีลักษณะแตกต่างกันออกไปตามข้อจำกัดที่แต่ละ บุคคล กล่าวคือ บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีเวลาน้อย หรือไม่มีแรงบันดาลใจที่จะท่องเที่ยวมากพอย่อมสามารถ ท่องเที่ยวในระยะใกล้และใช้เวลาสั้นเท่านั้น แต่ในขณะที่คนที่มีรายได้สูง มีเวลามาก และมีความปรารถนาที่จะ เดินทางท่องเที่ยวสถานที่ซึ่งมีความทันสมัยและมีคุณภาพเหนือกว่า เป็นต้น

สรชัย พิศาลบุตร และนฤมล สมิตินันท์ (2526: 38-39) อ้างถึงใน กอบกาญจน์ เจริญทอง (2556) ได้ กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์อาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมของแต่ละคน ซึ่ง การแสดงออกอาจ มีเหตุผลหลายอย่างประกอบกัน กล่าวคือ ประการหนึ่งมาจากความพึงพอใจส่วนตัว อีกประการหนึ่งคือเพื่อ ต้องการแสดงสถานภาพของตน เพื่อให้สังคมยอมรับและยกย่อง ในขณะที่บางราย การเดินทางท่องเที่ยวมีเกิด มาจากความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงภารกิจประจำวันที่ซ้ำซาก นอกจากนี้ ยังมีการเดินทางเพื่อตอบสนองความ อยากรู้อยากมีประสบการณ์แปลกใหม่ให้แก่ชีวิตอีกเช่นกัน

มนิ เมตตานันโท เลาหวณิช และคณะ (2557) นำเสนอ “ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจ สุขภาพองค์รวม ของไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มประชาคมอาเซียน” ซึ่งเป็นการบูรณาการผล

จากโครงการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ความพึงพอใจและความภักดีต่อตราของ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทยเพื่อการพัฒนากลยุทธ์สู่การเป็นศูนย์กลาง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” และโครงการวิจัยเชิงคุณภาพ เรื่อง “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ให้บริการด้านสุขภาพของไทยเพื่อการพัฒนาศูนย์สุขภาพองค์รวมต้นแบบสู่ ตลาดอาเซียน” การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพะ ถือเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สุขภาพะ คือการมีสุขภาพดี มีความรู้สึกเป็นสุข ความสมดุล ความเป็นองค์รวมของ 4 มิติ คือ กาย จิต สังคม ปัญญา หรือจิตวิญญาณที่บูรณาการอยู่ในการพัฒนามนุษย์และสังคม เพื่อสร้าง “ความอยู่เย็น เป็นสุข” แนวคิดสุขภาพองค์รวม (Holistic Wellness) ยังคงเป็นแนวคิดใหม่สำหรับผู้ประกอบการ ธุรกิจด้านสุขภาพ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ตรงกันในการตีความขอบเขต ของการให้บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวม ดังนั้น การให้การจำกัดความแนวคิด “ธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทย” จึงถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญในการส่งเสริมการขยายธุรกิจสุขภาพองค์รวมและการพัฒนา คุณภาพมาตรฐานการบริการของธุรกิจนี้ ผลจากการวิจัยเชิงบูรณาการพบว่า การพัฒนาธุรกิจสุขภาพ องค์รวมของไทย ควรมีการพัฒนาอยู่ภายใต้แนวคิด “ไทยสัปปายะทั้ง 7” ซึ่งมีที่มาจากคัมภีร์วิสุทธิ มรรค ประกอบด้วย 1. อาวาส คือ ที่อยู่อาศัยที่สบาย ให้ความผ่อนคลาย 2. โคจร คือ อาหารเป็นที่ สบาย (คุณภาพ รสชาติที่ดีต่อร่างกาย) 3. ที่อยู่อาศัย เป็นที่สบาย (มั่นคง ปลอดภัย สะดวก) 4. ผัสสะ คือ การพูดคุยของคนรอบข้างที่ให้ความสบาย 5. อิริยาบถ (นั่ง นอน ยืน เดิน) ที่ให้ความสบาย 6. ปัจจัย 4 เป็นที่สบาย (มีแหล่งอาหาร/น้ำ ที่สะดวกสบาย ไม่ไกลจนเกินไป) และ 7. การเสวนา เป็นที่สบาย (กระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล) ทั้งนี้ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทยเพื่อเป็นศูนย์กลางรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กำหนดแนวทางดังนี้

- พัฒนาต่อยอดหาจุดต่างให้กับธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว โดยอยู่ภายใต้หลักไทยสัปปายะ ทั้ง 7
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดอาเซียนโดยใช้หลักการประสาน และแข่งขัน (Competition) ในขณะเดียวกัน
- สร้างต้นแบบธุรกิจสุขภาพองค์รวมในแหล่งท่องเที่ยว หลักโดยชูเอกลักษณ์ความเป็นไทย ผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น
- สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจให้บริการ ด้านสุขภาพแบบองค์รวมโดยการยกระดับมาตรฐานการบริการให้เป็นสากลและส่งเสริมจรรยาบรรณ อันดีของผู้ให้บริการด้านสุขภาพแบบองค์รวม

ในการศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวด้านสุขภาพ วรินทรา ศิริสุทธิกุลและคณะ (2557) ศึกษา เรื่อง “ความพึงพอใจและความภักดีต่อตราของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทย เพื่อการพัฒนากลยุทธ์สู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวมใน 6 แหล่งท่องเที่ยวหลักของ ประเทศไทย ได้แก่ สมุย ภูเก็ต เชียงใหม่ หัวหิน พัทยา และกรุงเทพฯ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวมของไทย ในแหล่งท่องเที่ยว หลักทั้ง 6 แห่งในประเทศไทย โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วยสัดส่วนของเพศหญิงและเพศชายใกล้เคียงกัน ช่วงอายุที่พบมากที่สุด คือ ระหว่าง 25-34 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสและระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นผู้บริหารพนักงาน ระดับอาวุโส นอกจากนั้นยังมีรายได้ต่อครัวเรือนสูง กล่าวคือ มากกว่า 3,600 เหรียญสหรัฐต่อเดือน และเป็นผู้ที่พำนักอยู่ในประเทศในทวีปยุโรปมากที่สุด นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยไม่ใช้บริการกรุ๊ปทัวร์และมีการใช้ บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวมในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 1-2 ครั้ง โดยไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้า เพื่อมาใช้บริการก่อนการเดินทาง มีการแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับบริการธุรกิจสุขภาพองค์รวมผ่านทาง อินเทอร์เน็ตและผ่านการบอกปากต่อปากมากที่สุด ส่วนใหญ่มักใช้บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวมในสปา ของโรงแรม/รีสอร์ท (Resort/Hotel Spa) ยกเว้นในแหล่งท่องเที่ยวพัทยาและกรุงเทพฯที่มีการใช้บริการ ธุรกิจสุขภาพองค์รวมในเดย์สปา (Day Spa) หรือสปาแบบไม่มีการพักแรมมากที่สุด วัตถุประสงค์หลัก ในการมาใช้บริการด้านสุขภาพองค์รวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในแหล่งท่องเที่ยวหลักทั้ง 6 แห่ง ใน ประเทศไทย อันดับแรกคือการผ่อนคลายบำบัดความเครียด (Stress Relief/Relaxation) และบริการ ด้านสุขภาพองค์รวมที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ การนวดไทยแบบเชลยศักดิ์ (Thai Traditional Massage) จากการสำรวจความคิดเห็นพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวม ให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านประสิทธิผลและคุณภาพการบริการ (Productivity) อยู่ในระดับ มากที่สุด ในภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการใช้บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวมในทุกแหล่ง ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะอำเภอหัวหินและจังหวัดเชียงใหม่ และมีความภักดีต่อตราอยู่ในระดับสูง โดยมีแนวโน้มในการแนะนำหรือบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวม โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยว อำเภอหัวหิน จังหวัดเชียงใหม่ และเกาะสมุย นอกจากนั้นในงานวิจัยนี้เสนอกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวมในประเทศไทย ซึ่งนำไปสู่การสร้าง ความพึงพอใจและความภักดีต่อตราของนักท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งนี้ ผู้ที่มีส่วน

เกี่ยวข้องควรวางกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมเพื่อ สร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจโดยนำเสนอวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นภายใต้ แนวคิดไทยสัปปายะ

นอกจากนั้น อรสุธี มูลละ และสมบัติ กาญจนกิจ (2557) ศึกษา เรื่อง “แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว นานาชาติ เพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจของ นักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร และเปรียบเทียบแรงจูงใจเพื่อ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวนานาชาติในกรุงเทพมหานครจำแนกตามเพศ อายุ และ ถิ่นพำนัก โดย สัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนานาชาติ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการ รวบรวมข้อมูลด้วยการเก็บแบบสอบถามและนำผลสำรวจมาวิเคราะห์ทางสถิติ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (T-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ด้วย การทดสอบค่าเอฟ (F-test) กรณีพบความแตกต่างเป็นรายคู่ จะใช้การวิเคราะห์รายคู่ด้วยวิธีแอล เอส ดี (LSD- Least Significant Different) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีช่วงอายุ 20-35 ปีหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 46.50 มีถิ่นพำนักส่วนใหญ่ในทวีปเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 40.25 สถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 52.25 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 49.25 มีอาชีพลูกจ้าง คิดเป็นร้อยละ 49.75 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ พบว่า เดินทางมาประเทศไทยครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 46.2 ใช้ ระยะเวลาท่องเที่ยว 1-3 สัปดาห์ คิด เป็นร้อยละ 45.00 มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 61.75 เดินทางมาประเทศไทยด้วย ตนเอง คิดเป็นร้อยละ 65.00 เดินทางมากรุงเทพฯ เพราะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงโด่งดัง คิดเป็นร้อยละ 27.75 มาใช้บริการนวดแผนไทย คิดเป็นร้อยละ 51.25 ใช้เงินในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 50,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 48.00 มีจุดหมายที่จะอยู่กรุงเทพฯ จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.00 3. ผู้ตอบแบบสอบถามมี ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรุงเทพมหานคร โดย ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านแรงจูงใจทางกายภาพและด้าน แรงจูงใจทางวัฒนธรรมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สำหรับด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล และด้านแรงจูงใจ ทางสถานภาพและชื่อเสียง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

อริศรา ห้องทรัพย์ และกุลพิชญ์ โภโคยอุดม (2557) ศึกษา เรื่อง “แนวทางพัฒนาการจัด การท่องเที่ยว เชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อนในภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพ ทั่วไป ปัญหาการจัดการความต้องการการพัฒนาและพัฒนาแนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แหล่งน้ำพุร้อนในภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยเป็น 2 ขั้นตอน โดยขั้นตอนที่ 1 ใช้แบบสำรวจสภาพทั่วไปและปัญหาการจัดการโดยการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและใช้

แบบสอบถามความต้องการการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยว เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจากกลุ่มบุคคลผู้เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 1 จะนำไปพัฒนาเป็นแบบสอบถามในขั้นตอนที่ 2 และขั้นตอนที่ 2 ใช้แบบสอบถามพิจารณาความเป็นไปได้ที่จะนำแนวทางไปพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 30 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อนในภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศไทย ควรประกอบด้วย 1) ควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวพุร้อนธรรมชาติให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น 2) ควรปรับปรุงภูมิทัศน์สถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสวยงาม 3) ควรปรับปรุงเรื่องความสะดวกโดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว 4) ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ 5) ควรซ่อมแซมห้องสุขา ห้องแช่น้ำพุร้อน และห้องอาบน้ำพุร้อน ให้มีสภาพที่ดี 6) ควรจัดให้มีป้ายนิทรรศการแนะนำแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวอื่นที่ใกล้เคียง 7) ควรมีการปรับอัตราค่าบริการให้เหมาะสม เพื่อการพัฒนาและการบริการที่ดี 8) ควรปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานทุกประเภทให้มีคุณภาพดีขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว 9) ควรปรับปรุงมาตรการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม และจัดให้มีชุดปฐมพยาบาลเบื้องต้น 10) ควรมีการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวระหว่างชุมชนและภาครัฐร่วมกัน เพื่อให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 11) ควรพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ 12) ควรมีการแบ่งส่วนงานฝ่ายส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างชัดเจน

ธัญยา พรหมบุรุษย์ และนฤมล กิมภากรณ์ (2558) ศึกษา เรื่อง “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยวในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เชิงวัฒนธรรม และเชิงสุขภาพของกลุ่ม จังหวัดภาคเหนือตอนบน 1” ซึ่งประกอบด้วยพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และแม่ฮ่องสอน โดย เก็บรวบรวมข้อมูล 2 ระยะ ระยะแรกจากข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยว ทั้ง ชาวไทยและต่างชาติจำนวน 24 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหาเชิงลึก จากผลการวิจัยทำให้ได้ องค์ประกอบการสร้างประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว 10 ด้าน ได้แก่ 1) ที่พัก 2) กิจกรรมการท่องเที่ยว 3) สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว 4) การเดินทาง 5) ความคุ้มค่าเงิน 6) บุคลากร แนะนำท่องเที่ยว 7) ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว 8) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม 9) ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน 10) แหล่งท่องเที่ยว และนำผลของข้อมูลเชิงลึกมาพัฒนาแบบสอบถามและเก็บข้อมูลเชิง ปริมาณระยะที่สอง จากนักท่องเที่ยวที่

เข้ามาเที่ยวในพื้นที่ศึกษา ข้อมูลเชิงปริมาณเก็บจากนักท่องเที่ยว ชาวไทย จำนวน 300 ตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 300 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลเชิง ปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์การถดถอย ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามา เที่ยวในกลุ่มจังหวัดฯ สามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่มที่ค่อนข้างชัดเจน ได้แก่ 1) กลุ่มที่ทำกิจกรรมผสมผสาน ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพ 2) กลุ่มที่ทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรม โดยเฉพาะชาวต่างชาติมักจะมาเรียนในเรื่องการทำอาหาร ไทย มวยไทย 3) กลุ่มที่ทำกิจกรรมเชิง วัฒนธรรมและสุขภาพที่เห็นชัดที่สุด เป็นเรื่องของสปา และ 4) กลุ่มที่ทำกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม จากการ วิเคราะห์สมการถดถอย เมื่อพิจารณาจากค่า Standardized Coefficients Beta พบว่า ปัจจัยที่ส่ง อิทธิพลต่อประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเรียงตาม ความสำคัญ 5 อันดับแรก คือ ด้าน สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ ด้านความคุ้มค่าเงิน ด้าน กิจกรรม การท่องเที่ยว ด้านอาหาร และเครื่องดื่ม และด้านบุคลากรแนะนำการท่องเที่ยว ตามลำดับ ส่วน ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ ประสบการณ์ที่ดีของนักท่องเที่ยวชาวไทย คือ ด้านความคุ้มค่าของเงิน ด้านศูนย์ ข้อมูลการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านการเดินทาง/การขนส่งในพื้นที่ ด้านสภาพแวดล้อมและบรรยากาศของ สถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติประเมิน ความพึงพอใจต่อ องค์ประกอบด้านการเดินทางและบริการขนส่งในพื้นที่ ได้แก่ ความสะดวกสบายและเชื่อถือได้ ความ ปลอดภัย คุณภาพการให้บริการ ราคาที่จ่ายค่าบริการ โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจน้อยสุดเมื่อ เทียบ กับองค์ประกอบด้านอื่น ดังนั้นทางกลุ่มจังหวัดฯ ควรจะต้องเร่งปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการ ให้บริการใน ด้านดังกล่าวเพื่อยกระดับความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และสร้างประสบการณ์ที่ดี สำหรับนักท่องเที่ยว

กรวรรณ สังขกร และ ศันสนีย์ กระจ่างโฉม (2562) ได้ศึกษา “พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิง สุขภาพในพื้นที่ล้านนา 8 จังหวัด” ภายใต้โครงการหน้าต่างการท่องเที่ยวสู่ล้านนา ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ น่านและแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ เพื่อสำรวจความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ล้านนา 8 จังหวัดภาคเหนือ และเพื่อ ศึกษาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในพื้นที่ล้านนา 8 จังหวัด โดยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 449 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 643 ราย จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าเฉลี่ยและค่าเฉลี่ยถ่วง น้ำหนัก ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป และ นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวไม่เกิน 30 วันใน การท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และนักท่องเที่ยวชาติอื่นส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ พำนักระยะยาวที่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวมากกว่า 30 วันในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละเชื้อชาติ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบนส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวจีนเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป ส่วนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ยุโรป และอเมริกาเป็นนักท่องเที่ยวสูงอายุ มีอายุเฉลี่ย ที่ประมาณ 35 ปี ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ มีอายุเฉลี่ย 68 ปี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้จากการทำงาน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีรายได้จากเงินบำนาญและสวัสดิการ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่มีโรคประจำตัว ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ส่วนใหญ่อายุมาก ร้อยละ 55.22 จะมีโรคประจำตัว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโรคความดันโลหิตสูงและโรคเบาหวาน อาหารที่นักท่องเที่ยวรับประทานส่วนใหญ่เป็นอาหารทั่วไป แต่มีข้อสังเกตว่าร้อยละ 65 ของนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปและทวีปอเมริกาจะรับประทานอาหารธรรมชาติและอาหารเจเช่นกัน โดยนักท่องเที่ยวมีความสนใจในเรื่องสุขภาพในระดับปานกลางถึงระดับมาก

ฤดูกาลเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวชอบเดินทางส่วนใหญ่จะไม่เจาะจงว่าเป็นฤดูใด กล่าวคือสามารถท่องเที่ยวได้ทุกฤดู ยกเว้นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 77 นิยมท่องเที่ยวในฤดูหนาว สำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกาจะนิยมท่องเที่ยวทั้งในฤดูหนาวและฤดูร้อนซึ่งสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนั้นกว่าครึ่งของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มนิยมเดินทางในวันธรรมดาที่ไม่ใช่ช่วงเทศกาล จุดสังเกตอื่น ได้แก่ ร้อยละ 36 ของนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมท่องเที่ยว ในช่วงวันหยุดยาว และร้อยละ 40 ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมเดินทางในช่วงที่มีการจัดงานเทศกาลหรืองานประเพณี

นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะทำการค้นหาหรือสำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวมาก่อน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา และนักท่องเที่ยวชาติอื่นมักค้นหา ข้อมูลท่องเที่ยวจากเว็บไซต์และยูทูบ (Youtube) นักท่องเที่ยวชาวจีนจะศึกษาข้อมูลท่องเที่ยวจากเพื่อนและคนรู้จัก ส่วนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนิยมค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวจากนิตยสารหรือแผ่นพับ นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มจะวางแผนและจัดรายการท่องเที่ยวด้วยตัวเองและผู้ร่วมเดินทาง มีนักท่องเที่ยวส่วนน้อยเท่านั้นที่ใช้บริการของบริษัททัวร์ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวจีนนิยมเดินทางท่องเที่ยวพร้อมครอบครัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ยุโรป อเมริกา และชาติอื่นจะเดินทางท่องเที่ยวกับคู่สมรส สำหรับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวครั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 10,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวจีนมีค่าใช้จ่ายประมาณ 30,000 – 40,000 บาท สำหรับนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น ทวีปยุโรป อเมริกา และชาติอื่น จะมีค่าใช้จ่ายสำหรับเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 50,000 บาทต่อครั้ง ในด้านยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวใช้ในการเดินทาง นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เลือกใช้รถยนต์ส่วนตัว ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นอกจากเครื่องบินแล้วแต่ละชาติจะเลือกยานพาหนะที่แตกต่างกันไป โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมใช้บริการรถแท็กซี่และ

รถตุ๊กตุ๊ก นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่นิยมใช้บริการรถแท็กซี่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปและอเมริกาจะชื่นชอบบริการรถโดยสารสาธารณะ รถแท็กซี่ และรถไฟ ในส่วนของที่พักที่นักท่องเที่ยวเลือกพัก นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวจีนเลือกพักโรงแรมและรีสอร์ท นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเลือกพักอพาร์ทเมนต์หรือคอนโด สำหรับนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป อเมริกา และชาติอื่นนิยมเลือกพักโรงแรมและเกสต์เฮาส์

สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวเกือบทั้งหมดมาท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพโดยวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว นั้น ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบนเพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพร่างกายและจิตใจ เรียนรู้และทำความเข้าใจวิถีชีวิต วัฒนธรรม และความเชื่อของชุมชน รวมถึงชื่นชมธรรมชาติและภูมิทัศน์ที่สวยงามของภาคเหนือ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวสนใจมีความคล้ายคลึงกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยชื่นชอบกิจกรรมการทานอาหารเพื่อสุขภาพหรืออาหารพื้นเมือง, ฟังดนตรีหรือเล่นดนตรี, กิจกรรมผ่อนคลายอารมณ์, อาบน้ำแร่หรือแช่น้ำพุร้อน, นวดแผนไทยหรือนวดล้านนา และทำสปา ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจกิจกรรมนวดแผนไทยหรือนวดล้านนา, ทานอาหารสุขภาพหรืออาหารพื้นเมือง, ทำสปา, ฟังดนตรีหรือเล่นดนตรี, กิจกรรมผ่อนคลายอารมณ์ และอาบน้ำแร่หรือแช่น้ำพุร้อน ตามลำดับ ในส่วนของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุจะชอบกิจกรรมการตีกอล์ฟ เป็นอันดับแรก กิจกรรมที่ชอบอื่น ได้แก่ นวดแผนไทยหรือนวดล้านนา, ทานอาหารสุขภาพหรืออาหารพื้นเมือง, อาบน้ำแร่หรือแช่น้ำพุร้อน และทำสปา ตามลำดับ นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปชื่นชอบในกิจกรรม นวดแผนไทยหรือนวดล้านนา, ทานอาหารสุขภาพหรืออาหารพื้นเมือง, ทำสปา, อาบน้ำแร่หรือแช่น้ำพุร้อน, และ โยคะ ไช้หรือซิ้ง ตามลำดับ ซึ่งคล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาที่ชื่นชอบในกิจกรรม นวดแผนไทยหรือนวดล้านนา, ทานอาหารสุขภาพหรืออาหารพื้นเมือง, ทำสปา, อาบน้ำแร่หรือแช่น้ำพุร้อน, โยคะ ไช้หรือซิ้ง และการศึกษาธรรมชาติ ทำสมาธิบำบัดหรือวิปัสสนา ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวชาติอื่น ชื่นชอบใน กิจกรรมนวดแผนไทยหรือนวดล้านนา, ทานอาหารสุขภาพหรืออาหารพื้นเมือง, ทำสปา, อาบน้ำแร่หรือแช่น้ำพุร้อน, ปั่นจักรยาน และฟังดนตรีหรือเล่นดนตรี ร่วมกับ กิจกรรมผ่อนคลายอารมณ์

ในส่วนของโปรแกรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสนใจทัวร์แหล่งธรรมชาติ ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ และทัวร์เกษตรธรรมชาติ นักท่องเที่ยวชาวจีนชื่นชอบ ทัวร์แพทย์แผนไทยหรือคอร์สเรียนนวดไทย ทัวร์แหล่งธรรมชาติ และทัวร์สมุนไพรชนบท นักท่องเที่ยวชาว ญี่ปุ่นชื่นชอบทัวร์แหล่งธรรมชาติ ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ และทัวร์สมุนไพรชนบท นักท่องเที่ยวจาก ทวีปยุโรปสนใจทัวร์แหล่งธรรมชาติ ทัวร์แพทย์แผนไทยหรือคอร์สเรียนนวดไทย และทัวร์อาหารสมุนไพรหรือคอร์สโภชนาการบำบัด นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาและนักท่องเที่ยวชาติอื่นมีความสนใจที่ คล้ายคลึงกันโดยให้ความสนใจ

ทัวร์แหล่งธรรมชาติ ทัวร์แพทย์แผนไทยหรือคอร์สเรียนนวดไทย และทัวร์ น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ ในส่วนขององค์ประกอบในการท่องเที่ยว นั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ ความสำคัญกับความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง การบริการด้านความปลอดภัยมาเป็น อันดับแรก เช่น ถนน ป้ายบอกทาง ปิมน้ำมัน ห้องสุขา จุดแวะพัก เป็นต้น ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ว่าจะเป็นจีน ญี่ปุ่น ยุโรป อเมริกา และชาติอื่น ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและคุณภาพของ อาหารและเครื่องดื่มเป็นอันดับแรก

2.1.6 แนวคิดและแนวปฏิบัติในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research)

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นการวิจัยที่นำแนวคิด 2 ประการมาผสมผสานกันคือการปฏิบัติการ (Action) ซึ่งหมายถึงกิจกรรมที่โครงการวิจัยจะต้องดำเนินการ และคำว่า การมีส่วนร่วม (Participation) อันเป็นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของทุกฝ่ายที่เข้าร่วมกิจกรรมวิจัย ในการวิเคราะห์สภาพปัญหาหรือสถานการณ์อันใดอันหนึ่ง แล้วร่วมในกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินการจนกระทั่งสิ้นสุดการวิจัย โดยมีความหมายถึง วิธีการที่ให้ผู้ถูกวิจัยหรือชาวบ้าน เข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัย เป็นการเรียนรู้จากประสบการณ์ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมวิจัย นับตั้งแต่การระบุปัญหาของการดำเนินการ การช่วยให้ข้อมูลและการช่วยวิเคราะห์ข้อมูล ตลอดจนช่วยหาวิธีแก้ไขปัญหาหรือส่งเสริมกิจกรรมนั้น ๆ ซึ่งในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ข้อมูลจากการทำวิจัยทุกขั้นตอนชาวบ้านเป็นผู้ร่วมกำหนดปัญหาของชุมชนและหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา กระบวนการวิจัยจึงดำเนินไปในลักษณะของการแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างชาวบ้านกับผู้วิจัย เพื่อให้ได้ข้อสรุปเป็นขั้น ๆ ส่วนกระบวนการสังเคราะห์ข้อมูลเป็นไปในเชิงการวิภาษ (Dialectic) ซึ่งชาวบ้านจะค่อย ๆ เรียนรู้ด้วยตัวเอง และด้วยวิธีการวิจัยเช่นนี้ ข้อมูลที่ได้จึงมีความชัดเจน สะท้อนความคิดอ่านตลอดจนนิสัยใจคอของชาวบ้าน สะท้อนความต้องการและแบบแผนในการดำเนินชีวิตของเขา การวิจัยแบบนี้จึงเป็นวิธีการที่สนับสนุนให้ชาวบ้านหรือผู้แทนในชุมชนเป็นคนสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับตนเองและชุมชน โดยการศึกษาเรียนรู้หาข้อมูล การศึกษาวิเคราะห์ถึงปัญหา รวมทั้งการแก้ไขปัญหาที่กำลังประสบอยู่ โดยการร่วมกันวางแผน และกำหนดการดำเนินงานตามแผนหรือโครงการ พร้อมทั้งการปฏิบัติตามแผน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาได้ถูกต้องตรงตามความต้องการ ประกอบกับการใช้ภูมิปัญญาและทุนที่มีอยู่ในชุมชน การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมนี้ นอกจากจะส่งผลดังที่ได้กล่าวไปแล้ว ยังช่วยให้เกิดการพัฒนาของผลงานวิจัยและกระบวนการวิจัยในตัวของมันเองอีกด้วย และอีกทางหนึ่งการวิจัยยังเป็นส่วนสำคัญในการสร้างองค์ความรู้ให้แก่ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมการวิจัย ซึ่งสามารถเป็นตัวนำของการพัฒนา

ลงสู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างได้ผลและมีประสิทธิภาพ โดยทั่วไปแล้ว ข้อกำหนดของงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมนั้นแตกต่างไปจากแนวคิดของการวิจัยแบบเดิมอยู่มาก แนวคิดในการวิจัยแบบเดิมนั้น หยั่งอยู่บนฐานของปรัชญา ปณิธานนิยมเชิงตรรก (Philosophy of Logical Positivism) และพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioralism) ซึ่งมีข้อกำหนดว่า นักวิจัยทุกคนจะต้องรักษาความเป็นกลาง (Neutrality) โดยแยกตัวเองโดยสิ้นเชิงออกจากสิ่งที่ศึกษาเพื่อมิให้เกิดอคติ (bias) ต่อการศึกษา อันจะทำให้ผลของการศึกษาเบี่ยงเบนและไม่น่าเชื่อถือ แต่การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมนั้น เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างนักวิจัย และนักพัฒนาหรือนักปฏิบัติการ (Practitioners) ตลอดกระบวนการศึกษาค้นคว้า เป็นการวิจัยที่จัดกระทำโดยผู้ปฏิบัติการเพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการแก้ไขปัญหาโดยทันที และต้องกระทำเป็นหมู่คณะร่วมกัน ซึ่งลักษณะของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมแตกต่างจากลักษณะการวิจัยแบบเดิม ดังนี้

ตารางที่ 2.4 ประเด็นเปรียบเทียบการวิจัยแบบดั้งเดิมและการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ประเด็นเปรียบเทียบ	การวิจัยแบบดั้งเดิม	การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
รูปแบบ	เป็นพิมพ์เขียวที่กำหนดให้	เน้นกระบวนการที่ปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์
อุดมการณ์/ปรัชญา	เน้นกลุ่มคนชั้นสูง	เน้นกลุ่มคนที่ด้อยโอกาสในสังคม คนชายขอบ
จุดมุ่งหมาย	ไม่ผูกพัน ทำให้ได้ข้อมูลเพื่อตอบปัญหาการวิจัย	มีพันธกรณีระหว่างนักวิจัยกับชาวบ้านที่จะร่วมกันเพื่อสิทธิของมนุษย์
กรอบการวิจัย	กำหนดโดยนักวิจัยองค์กร	กำหนดโดยประชาชนในพื้นที่
จุดเน้น	วัตถุ เน้นการสร้างสิ่งของ	คนเริ่มที่คนเป็นหลัก ทำให้คนมีคุณค่า สร้างความภาคภูมิใจและกำลังใจ
เป้าหมาย	กำหนดไว้ล่วงหน้า	ปรับเปลี่ยนตามความต้องการของท้องถิ่นตามเงื่อนไขความเหมาะสม
ยุทธวิธี	เน้นการวางแผนที่อ้างว่าชาวบ้านไม่สามารถวางแผนเองได้	เน้นการมีส่วนร่วม เชื่อมั่นในความสามารถในการเรียนรู้ของคน
วิธีการ	เข้มงวดรัดกุม เน้นหลักการวิจัย	เรียบง่าย ใช้วิธีการที่ชาวบ้านรู้จักและถนัด

ประเด็นเปรียบเทียบ	การวิจัยแบบดั้งเดิม	การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
	เชิงปริมาณ มองมิติชุมชนที่ศึกษา และใช้เทคโนโลยีหรือระเบียบวิธีการขั้นสูง	มองชุมชนอย่างเป็นองค์รวม และใช้เทคโนโลยีชาวบ้าน
การวิเคราะห์สถานการณ์	เน้นการย่อส่วน (Reductionism)	การมององค์รวม (Holistic Approach)
รูปแบบการพัฒนา	ควบคุม ชี้แนะและให้แรงจูงใจเป็นวัตถุ เน้นการทำงานตามแผนและส่งเสริมวัฒนธรรมการพึ่งพา	ปลดปล่อย สร้างกำลังอำนาจในการคิดและต่อรองให้สำเร็จในสิ่งที่ได้กระทำ โดยมีแรงจูงใจคือความภูมิใจในศักดิ์ศรีของตน และเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมการพึ่งพาตนเอง
มองชาวบ้าน	เป็นผู้รับประโยชน์จากความสำเร็จของโครงการวิจัย	เป็นผู้ทำประโยชน์ เป็นผู้ลงมือกระทำ โครงการสำเร็จ และมีส่วนร่วม
ผลลัพธ์ (Output)	เน้นวัตถุที่เป็นผลิตผลของโครงการ เช่น รื้อ ถนน อาคาร เป็นต้น	ไม่เน้นวัตถุ แต่เน้นความสามารถของชุมชน เน้นการเรียนรู้ ความพอใจ ความหลากหลาย กำลังใจและแรงใจของประชาชน

หลักการสำคัญของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

โดยหลักการนั้น การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นรูปแบบของการวิจัยที่ประกอบไปด้วย กระบวนการค้นคว้าทางสังคม (Social Investigation) การให้การศึกษา (Education) และการกระทำหรือการปฏิบัติการ (Action) เพื่อที่จะให้กลุ่มผู้ถูกกดขี่หรือด้วยโอกาสในสังคมได้มีส่วนร่วมในการสร้างความรู้และทำความเข้าใจกับสภาพการณ์ที่ปรากฏอยู่ รวมทั้งเปิดพื้นที่ให้เรียนรู้และแก้ไขปัญหาาร่วมกันระหว่างหลายฝ่าย อันเป็นการสร้างความรู้ให้กับสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม และมีหลักการสำคัญที่ให้ความเคารพต่อภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยสามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

- 1) ปรับปรุงความสามารถและพัฒนาศักยภาพของชาวบ้าน ด้วยการส่งเสริมยกระดับนักศึกษาและพัฒนาความเชื่อมั่นให้เกิดการวิเคราะห์/สังเคราะห์สถานการณ์ปัญหาของตนเอง ซึ่งเป็นการนำเอาศักยภาพเหล่านี้มาใช้ประโยชน์
- 2) ให้ความรู้ที่เหมาะสมแก่ชาวบ้าน ตลอดจนมีการนำไปใช้อย่างเหมาะสม
- 3) สนใจปริทัศน์ของชาวบ้าน โดย การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจะช่วยเปิดเผยให้เห็นคำถามที่ตรงกับประเด็นปัญหา

- 4) การปลดปล่อยแนวความคิดเพื่อให้ชาวบ้านและคนยากจนด้อยโอกาสสามารถมองความคิดเห็นของตนเองได้อย่างเสรี มองสภาพการณ์และปัญหาของตนเอง วิเคราะห์วิจารณ์ ตรวจสอบสภาพข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ระเบียบวิธีของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

กิจกรรมของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมสามารถสรุปได้ ดังนี้

1) กิจกรรมการวิจัยปฏิบัติการหรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผู้ประสานงาน หรือผู้อำนวยการวิจัย โดยเป็นกิจกรรมการแสวงหาความรู้ของนักวิจัยตามโครงการการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในชุมชนพื้นที่เป้าหมายของผู้วิจัยแต่ละคน โดยจุดมุ่งหมายที่สำคัญของนักวิจัยคือการสร้างรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพเป็นไปตามหลักการวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์ และสามารถที่จะเผยแพร่แก่สังคมได้ โดยรูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพนั้น จะต้องเป็นรูปแบบที่สามารถแก้ไขปัญหาของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้งบประมาณที่เหมาะสม แต่ในเวลาเดียวกันก็ได้ผลตอบแทนจากการวิจัยค่อนข้างสูง

2) กิจกรรมการวิจัยเชิงปฏิบัติการหรือการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน หรือเรียกว่ากิจกรรมการวิจัยเชิงปฏิบัติการของชุมชน เป็นกิจกรรมที่เกิดจากความพยายามในการแก้ไขปัญหาชุมชนของนักวิจัยที่ปฏิบัติการร่วมกันกับชุมชน โดยนักวิจัยทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงาน หรือเป็นผู้อำนวยการวิจัย ซึ่งมีบทบาทหลักในการเป็นผู้ช่วยเหลือในกระบวนการวิจัยตั้งแต่แรกเริ่ม จากนั้นลดการช่วยเหลือลงทีละน้อย และมีเป้าหมายของโครงการ คือ เมื่อดำเนินการวิจัยไปจนสิ้นสุดโครงการแล้ว ประชาชนจะมีความรู้จากการเรียนรู้ร่วมกัน และสร้างพลังมวลชนที่มากพอจนกระทั่งสามารถแก้ไขปัญหาของชุมชนได้โดยลำพังอย่างมีประสิทธิภาพ

ในเชิงทฤษฎีแล้ว การมีส่วนร่วมต่อการดำเนินกิจกรรมหรือโครงการพัฒนานั้น มีหลากหลายมิติ สามารถจำแนกออกได้หลายมิติ ประกอบด้วย

มิติแรก

ร่วมศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา ซึ่งเป็นการที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาชุมชน วิเคราะห์ชุมชน ค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาภายในชุมชนร่วมกัน และมีส่วนในการจัดลำดับความสำคัญของความต้องการด้วย เป็นการกระตุ้นให้ประชาชนได้เรียนรู้สภาพของชุมชน วิถีชีวิต สังคม ทรัพยากร และสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการจัดทำและประกอบการพิจารณาวางแผนงานวิจัย

มิติที่สอง

ร่วมวางแผน เป็นการวางแผนการพัฒนาหลังจากได้ข้อมูลเบื้องต้นของชุมชนแล้ว และนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาปัญหาและสาเหตุของปัญหาเรียบร้อยแล้ว ก็นำมาอภิปรายแสดงความคิดเห็นร่วมกันเพื่อกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ของโครงการ การกำหนดวิธีการและแนวทางการดำเนินงาน ตลอดจนกำหนดทรัพยากรและแหล่งทรัพยากรที่จะใช้เพื่อการวิจัย

มิติที่สาม

ร่วมดำเนินการ เป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินการพัฒนา หรือเป็นขั้นตอนปฏิบัติการตามแผนการวิจัยที่ได้วางไว้ ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน โดยการสนับสนุนด้านเงินทุน วัสดุอุปกรณ์ และแรงงาน รวมทั้งการเข้าร่วมในการบริหารงาน การประสานขอความช่วยเหลือจากภายนอกในกรณีที่มีความจำเป็น

มิติที่สี่

ร่วมรับผลประโยชน์ โดยประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดการแจกจ่ายผลประโยชน์จากกิจกรรมการวิจัยในชุมชนในพื้นที่ที่หาเทียมเสมอภาคกัน

มิติที่ห้า

เป็นการมีส่วนร่วมติดตามประเมินผลการดำเนินงานวิจัย และผลของการพัฒนาจากการดำเนินการไปแล้วว่าสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรค และข้อจำกัดอย่างไร เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ทันที และนำข้อผิดพลาดไปเป็นบทเรียนในการดำเนินการต่อไป การเปิดให้ประชาชนหรือชาวบ้านที่เกี่ยวข้องได้มีโอกาสเข้าร่วมกระบวนการวิจัยนั้น นับได้ว่าเป็นคุณค่าโดยแท้ของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบนี้ ซึ่งก่อให้เกิดรากฐานแห่งความยั่งยืนของการพัฒนา

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย

นักวิชาการได้ให้มุมมองในเรื่องขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมไว้ ดังนี้

1) ระยะเตรียมการวิจัย (Pre-research Phase)

ในระยะนี้ เป็นการเตรียมชุมชนเพื่อให้มีความพร้อมเข้ามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญและเป็นแกนหลักของการวิจัยประเภทนี้ โดยเน้นการสร้างสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้วิจัยกับผู้นำชุมชน ชาวบ้านตลอดเจ้าหน้าที่ที่สังกัดในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในระยะเตรียมการวิจัยประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

1.1) การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน (Build-up Rapport) โดยวิธีการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนที่ดีที่สุดคือการปฏิบัติตัวของนักวิจัยที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน ปฏิบัติได้โดยการร่วมกิจกรรมของชุมชนซึ่งเป็นเครื่องช่วยให้นักวิจัยสามารถทำความเข้าใจโลกทัศน์ของผู้คนในชุมชนได้มากขึ้น ผู้วิจัยจะลงพื้นที่เพื่อไปพบกับบุคคลในชุมชนที่มีส่วนสำคัญและเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานวิจัย หรือเป็น

กลุ่มเป้าหมายของการวิจัย พุดคุยแนะนำตัวเองเพื่อให้ทุกฝ่ายได้ทราบถึงวัตถุประสงค์ เป้าหมายและความต้องการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในกิจกรรมการวิจัย อันจะช่วยให้ชาวบ้านเกิดความไว้วางใจ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังสามารถทำการวิเคราะห์คาคหมายสภาพการณ์และปัญหาของการดำเนินงานวิจัยที่อาจเกิดขึ้นและสามารถเตรียมรับมือได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.2) การสำรวจและศึกษาชุมชน (Surveying and Studying Community) เป็นขั้นตอนของการศึกษาข้อมูลที่เป็นลักษณะทางกายภาพ และแหล่งทรัพยากรภายในชุมชน รวมถึงการศึกษาข้อมูลพื้นฐานด้านประชากร สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการเมือง โดยส่วนใหญ่ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสังเกต จดบันทึก และถ่ายภาพสถานที่ในชุมชน ตลอดจนการศึกษาข้อมูลจากเอกสารหลักฐานจากหน่วยงานราชการหรือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ ยังมีโครงการวิจัยบางเรื่องที่ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ประชาชนชุมชน หรือผู้สูงอายุเพื่อทราบประวัติความเป็นมาของชุมชนด้วย

1.3) การคัดเลือกชุมชน (Selecting Community) โดยทั่วไปแล้ว การคัดเลือกชุมชนจะยึดหลักการเลือกชุมชนที่ด้วยโอกาสในการพัฒนา (Disadvantage Community) เพื่อเป้าหมายในการยกระดับคุณภาพชีวิตและสร้างโอกาสความเท่าเทียมในการพัฒนากับชุมชนอื่น อย่างไรก็ตาม ปรากฏงานวิจัยจำนวนมากที่คัดเลือกชุมชนโดยยึดประเด็นของปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนและจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขเยียวยาโดยเร่งด่วน ในบางกรณีการวิจัยมุ่งหมายกระทำต่อชุมชนที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างแข็งขัน เพื่อเป็นชุมชนต้นแบบของการทำวิจัย และการพัฒนาให้กับชุมชนอื่นด้วยเช่นกัน

1.4) การเข้าสู่ชุมชน (Entering Community) ข้อมูลชุมชนนับเป็นสิ่งสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำมาประกอบการพิจารณาตัดสินใจกำหนดพื้นที่ดำเนินการ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวควรเป็นข้อมูลที่มีหลายมิติ สำหรับแหล่งข้อมูลที่สามารถรวบรวมได้ในขั้นตอนนี้อาจมาจากหน่วยงานราชการ เช่น ข้อมูลความจำเป็นขั้นพื้นฐาน (จปฐ.) ข้อมูลจำนวนประชากรและบุคคลที่เป็นประชาชนชาวบ้าน หรือกรณีปัญหาท้องถิ่น เป็นต้น และอาจเป็นข้อมูลเบื้องต้นการพัฒนาเอกชนรวบรวมไว้ หรือข้อมูลที่นักวิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเองโดยการสำรวจชุมชน (Community Surveying)

1.5) การเตรียมคนและเครือข่ายความร่วมมือ เป็นขั้นตอนที่มักจะถูกกำหนดให้เป็นขั้นตอนสุดท้ายของระยะก่อนการวิจัย โดยมุ่งหมายให้เกิดความพร้อมในการดำเนินการวิจัยซึ่งเป็นระยะต่อไปและก่อให้เกิดการประสานงานที่ดีเพื่อความสะดวกต่อการดำเนินงานวิจัย ในส่วนของการเตรียมทรัพยากรบุคคลนั้น เป็นการเตรียมความพร้อมให้กับชาวบ้านเพื่อเป็นแกนนำในการปฏิบัติงานวิจัยร่วมกับนักพัฒนาและคณะผู้วิจัย ซึ่งในทางปฏิบัตินิยมแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ เตรียมผู้คนในชุมชน คณะนักวิจัยมักจะลงพื้นที่เพื่อจัดประชุมในชุมชน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ชาวบ้านรู้จักและคุ้นเคยกับกระบวนการและการดำเนินงานวิจัย

แบบมีส่วนร่วมอย่างชัดเจนและรวดเร็ว กลุ่มที่ 2 ได้แก่ นักพัฒนา โดยทั่วไปแล้วบุคคลกลุ่มนี้หมายถึง ผู้นำชุมชน พัฒนาการอำเภอหรือพัฒนาการอำเภอประจำตำบล และกลุ่มสุดท้ายได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานอื่น เช่น ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล และองค์กรพัฒนาภายนอกที่มีความสนใจศึกษาร่วมกัน กิจกรรมสำคัญของการดำเนินงานในขั้นตอนนี้คือการประสานความร่วมมือ การสร้างความเข้าใจในกรอบของการทำงานวิจัย และการหาหรือแนวทางพัฒนาชุมชน ซึ่งมักจะรวมถึงการประสานงานเรื่องการใช้สถานที่ดำเนินการประชุมด้วย และเตรียมนักวิจัย ด้วยการประชุมปรึกษากันเพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจตรงกันในบทบาทหน้าที่ของแต่ละฝ่ายในการทำงานวิจัย

ส่วนการเตรียมเครือข่ายความร่วมมือนั้น งานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมหลายชิ้นได้ใช้วิธีการให้ครูผู้วิจัยหรือนักวิจัยทำการประสานกับองค์กรภาครัฐและหรือองค์กรพัฒนาเอกชนเพื่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือเพื่อการดำเนินงานวิจัย การเตรียมเครือข่ายความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพ จะเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้กระบวนการวิจัยดำเนินไปได้ด้วยดี ในขั้นนี้ ปัญหาของการวิจัยมักเป็นประเด็นเกี่ยวกับการเข้าถึงชาวบ้านกลุ่มเป้าหมายรวมถึงการสื่อสารการทำวิจัยในแง่มุมที่แตกต่างไป เช่น ขั้นตอนและผลประโยชน์ที่ชาวบ้านจะได้รับของคณะนักวิจัยพึงทำความเข้าใจว่า โดยทั่วไปนั้น งานวิจัยแบบมีส่วนร่วมส่วนใหญ่จะเป็น “สิ่งใหม่” สำหรับชาวบ้าน ซึ่งสามารถสร้างแรงผลักดันในการเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งชาวบ้านส่วนใหญ่ก็จะตื่นตัวกับการเข้ามาทำงานเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหามาจากบุคคลหรือหน่วยงานภายนอก อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดที่สำคัญคือผู้คนในชุมชนส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาเข้าร่วมจำกัด ดังนั้นขั้นตอนการดำเนินการกระบวนการวิจัยที่ชาวบ้านต้องมีส่วนร่วมต้องเป็นไปอย่างกระชับ หากกระบวนการวิจัยมีระยะเวลายาวนานเกินไปอาจส่งผลกระทบต่อการศึกษาเนื่องจากจำนวนชาวบ้านที่เข้าร่วมจะลดลงไปตามระยะเวลายาวนานขึ้น นอกจากนี้ การจัดเวทีที่ง่ายต่อความเข้าใจและสะท้อนความต้องการของประชาชนที่มีบรรยากาศเป็นกันเอง หรือการศึกษาชุมชนประกอบ ยังช่วยให้คณะผู้วิจัยได้รับขอบเขตข้อมูลที่กว้างมากขึ้น ในบางกรณีเป็นตัวช่วยให้คณะนักวิจัยสามารถสร้างคำถามที่แหลมคมต่อการกำหนดปัญหาของการวิจัยได้อีกประการหนึ่งข้อเสียของการขาดความชัดเจนในประเด็นที่ต้องการนำเสนอเพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหา ตลอดจนการขาดความต่อเนื่องในการมีส่วนร่วมวิจัยของชาวบ้าน คือมีโอกาสเกิดพฤติกรรมของชาวบ้านที่จะติดตามผู้นำชุมชนหรือชาวบ้านส่วนใหญ่ดังคำ “ว่ายังไงก็ว่าตามกัน” ซึ่งบางกรณีหากผู้นำชุมชนอาจขาดความเป็นกลางหรือมีแนวโน้มฝักใฝ่ฝ่ายการเมือง อาจส่งผลให้ตัวชาวบ้านตกเป็นเครื่องมือของกลุ่มผลประโยชน์ และการตัดสินใจของชาวบ้าน สร้างความชอบธรรมให้แก่การดำเนินกิจกรรม/โครงการพัฒนาของภาครัฐ

2) ระยะดำเนินการวิจัย (Research Phase)

ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

2.1) การศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาชุมชน (Problem Identification and Diagnosis) ในขั้นนี้ เน้นการศึกษาวิเคราะห์ชุมชนและการให้การศึกษาแก่ชุมชน (Community Education Participation-CEP) โดยเน้นไปที่กระบวนการเรียนรู้ด้วยการปฏิบัติ โดยวิธีการจะใช้อภิปรายและวิเคราะห์ปัญหา (Dialogue) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับชาวบ้าน ทั้งที่เป็นการสนทนาแลกเปลี่ยนระดับบุคคลและระดับกลุ่มบุคคล เพื่อเป็นการประเมินปัญหาและความต้องการของชุมชน (Need Assessment) พร้อมไปกับการประเมินความเป็นไปได้ในด้านทรัพยากร (Resource Assessment) ที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรธรรมชาติเพื่อที่จะนำทรัพยากรมาใช้ในการกำหนดแผนเพื่อการจัดโครงการต่อไป

2.2) การพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของโครงการ (Project Appraisal and Identification) เมื่อมีการวิเคราะห์โครงการโดยการประเมินความต้องการของชุมชน หาแนวทางในการแก้ไขปัญหาในความเป็นจริงมักจะมีหลายแนวทาง ชาวบ้านและนักวิจัยจะต้องพิจารณาร่วมกันว่าวิธีการแก้ไขปัญหาใดที่เหมาะสมกับท้องถิ่น หรือมีความเป็นไปได้ โดยชาวบ้านควรรับบทบาทหลักเข้ามีส่วนร่วมให้มากยิ่งขึ้น และกำหนดโครงการหรือกิจกรรมที่จะดำเนินการ

2.3) การกำหนดแผนงานโครงการและการจัดการ (Planning Phase) กิจกรรมในช่วงนี้จะเป็นการระดมความคิดเห็นร่วมกันเพื่อคัดเลือกโครงการและกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ ดังนั้น เพื่อความมั่นใจว่าโครงการที่ได้รับการคัดเลือกเป็นโครงการและกิจกรรมที่ต้องดำเนินการ ดังนั้น หลังจากที่ผ่านมาขั้นตอน 2.1 มาแล้ว ผู้วิจัยจะต้องใช้วิธีการกระตุ้นให้ชาวบ้านมีบทบาทหลักในการแก้ไขปัญหา การกำหนดโครงการและกิจกรรมที่จะดำเนินการ

2.4) การปฏิบัติตามโครงการ (Implementation Phase) เป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่ง โดยคำถามที่ผู้วิจัยจะต้องใช้ถามกันในกลุ่มหรือในคณะทำงานเพื่อการดำเนินการในขั้นนี้คือ ใคร ต้องทำอะไร ที่ไหน เมื่อไร และอย่างไร

ในแง่ปัญหาอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นในขั้นตอนนี้ มักเป็นประเด็นการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในกระบวนการวิจัย พบว่า ความไม่สนใจเข้ามีส่วนร่วมของชาวบ้านจำนวนไม่น้อย นอกเหนือไปจากการขาดความรู้ความเข้าใจอันดีต่อกระบวนการ และผลประโยชน์ของการทำวิจัยแล้ว ยังปรากฏว่า ชาวบ้านบางส่วนมักมองเห็นการวิจัยเป็นเรื่องทางเทคนิคที่ต้องอาศัยความรู้เชี่ยวชาญเฉพาะ และไม่เกี่ยวข้องอะไรนักกับปากท้องที่จะต้องทำมาหากินเป็นประจำวัน ประกอบกับธรรมชาติของการวิจัยลักษณะนี้ที่ส่วนใหญ่ไม่มีการจ่ายตอบแทนเป็นเงินให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการวิจัย การมีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนการวิจัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งการ

นำผลของการวิจัยไปสู่การปฏิบัติแล้วก็ยิ่งยากและห่างไกลจากบริบทชีวิตประจำวันของชาวบ้านออกไปมากขึ้น การเข้าร่วมงานวิจัยของชาวบ้านจึงเป็นไปโดยเน้นการรับฟังสิ่งที่ผู้วิจัย และนักพัฒนาพูดเป็นหลัก ผลสืบเนื่องประการต่อมาคือ บุคคลที่สนใจเข้าร่วมกิจกรรมการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ส่วนใหญ่จะเป็นชาวบ้านที่เป็นที่อยู่ในวงข่ายอิทธิพล (Sphere of Influence) ของเจ้าหน้าที่ภาครัฐหรือการเมืองท้องถิ่น มาเข้าร่วมกิจกรรม ส่งผลให้สุดท้ายแล้วผลของการวิจัยอาจมิได้ตอบโจทย์ในการแก้ไขปัญหาจากชาวบ้านในชุมชนส่วนใหญ่เท่าที่ควร

3) ระยะเวลาติดตามและประเมินผลโครงการ (Monitoring and Evaluation Phase)

เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวกับการการวัดผลสำเร็จของโครงการ ซึ่งหากโครงการมีดำเนินการได้อย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง อาจจะเป็นข้อพิสูจน์หนึ่งถึงความสำเร็จของโครงการได้ ในขั้นตอนนี้ ส่วนใหญ่คณะผู้วิจัยจะร่วมกับชาวบ้านที่เป็นผู้ร่วมงานวิจัย ทำการตรวจสอบข้อมูลที่เป็นผลของการวิจัยว่าครบถ้วนถูกต้องหรือไม่ เพื่อนำเสนอผลการวิจัยเพื่อเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคณะผู้วิจัยกับชุมชน ตลอดจนการสานต่อให้ชาวบ้านนำผลของการวิจัยไปดำเนินการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาชุมชนต่อไป

อย่างไรก็ดีระยะของการทำวิจัยและขั้นตอนของการทำวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมนั้นอาจมีความแตกต่างกันไปบ้างในรายละเอียด ซึ่งจัดว่าเป็นวิธีการบริหารจัดการของแต่ละโครงการไม่มีข้อผิดหรือถูก หากแต่เป็นการจัดสรรให้เกิดความเหมาะสมในบริบทของการดำเนินงานวิจัยที่ อาจมีข้อจำกัดที่คณะผู้วิจัยจำเป็นต้องรวมกิจกรรมหลายกิจกรรมไว้ดำเนินการในในคาบเวลาที่ใกล้เคียงกัน หรือเป็นความต้องการของชุมชนเองที่จะกระชับขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย เพื่อมิให้กระทบต่อการดำรงชีวิตประจำวัน ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยและระยะเวลาการดำเนินการมิใช่ปัจจัยหลักของการศึกษา หัวใจสำคัญคือการมุ่งตอบสนองความต้องการและข้อจำกัดของชุมชน รวมถึงการทำให้ชุมชนได้เล็งเห็นปัญหาของตนเอง เกิดความต้องการอย่างแข็งขันและมุ่งมั่นมีส่วนร่วมทั้งในการปฏิบัติงานวิจัยและการนำผลของการวิจัยไปใช้เพื่อปรับปรุงชุมชนให้ดีขึ้นนั่นเอง

การดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” ได้ใช้รูปแบบและวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ในเบื้องต้นได้นำผลการวิจัยที่ได้จากโครงการวิจัยเรื่อง “การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อนอารยธรรมล้านนา” มาพัฒนาต่อยอดร่วมกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ประกอบกับการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน (Participatory action research) โดยทีมนักวิจัย และสมาชิกกลุ่มแหล่งพุร้อนไทรงาม แหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง และแหล่งพุร้อนเมืองแปง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ กำหนดระยะเวลาโครงการทั้งสิ้น 12 เดือน โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

3.1 ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล

ในขั้นตอนนี้ เป็นขั้นตอนของการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับแหล่งพุร้อน โดยนำผลการสืบค้น รวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร ที่เกี่ยวกับทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสภาพทั่วไปของแหล่งพุร้อน ประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนในพื้นที่พุร้อน มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากการสำรวจภาคสนาม และทำการประเมินทางเลือกในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับพุร้อนเมืองแปง, พุร้อนไทรงามและพุร้อนแม่อุ้มลอง ในขั้นตอนต่อไป และได้กำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ระยะที่ 1

ดำเนินการสำรวจพื้นที่พุร้อนที่คัดเลือกเป็นกรณีศึกษา ได้แก่

- 1) แหล่งพุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน
- 2) แหล่งพุร้อนไทรงาม (แม่นะ) ต. แม่นาเติง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน
- 3) แหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน

เพื่อตรวจสอบข้อมูลพื้นฐานและความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว จะทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยอ้างอิงจากการสำรวจภาคสนามทางกายภาพร่วมกับชุมชนในพื้นที่ เพื่อศึกษา

ถึงสภาพแวดล้อม และทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รวมถึงข้อจำกัดต่างๆ ของพื้นที่แหล่งพุร้อน เพื่อให้ทราบถึงสภาพโดยรวมของพื้นที่

ระยะที่ 2

กำหนดกลุ่มตัวอย่างตามศักยภาพของพื้นที่พุร้อน เพื่อทำการสืบค้นและรวบรวมทางสังคม และวัฒนธรรมของชุมชนโดยรอบพื้นที่พุร้อน โดยทำการสอบถามคนในชุมชนถึงสภาพเศรษฐกิจและสังคมการรับรู้ถึงอัตลักษณ์และภาพลักษณ์สถานที่ของพื้นที่พุร้อน วิถีชีวิต ประวัติความเป็นมาของชุมชนโดยรอบพื้นที่พุร้อนและการใช้ประโยชน์ในพื้นที่พุร้อนและพื้นที่โดยรอบ ด้วยการใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งยึดประเด็นคำถามแนวเดียวกันแต่คำถามแต่ละข้ออาจแตกต่างกันตามกลุ่มย่อย (Focus Group) โดยกำหนดดังนี้

- 1) กลุ่มผู้สูงอายุที่ถ่ายทอดประวัติ วัฒนธรรมของชุมชนรวมทั้งกลุ่มผู้สูงอายุที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน
 - 2) กลุ่มผู้นำในชุมชน ที่มีบทบาทหน้าที่ในการบริหารจัดการและพัฒนาชุมชน ทั้งในด้านการจัดทำแผนพัฒนาชุมชนและด้านการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 3) กลุ่มชาวบ้าน ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่
 - 4) กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ใช้ประโยชน์ในพื้นที่
 - 5) กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ที่มีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่พุร้อน
- ทั้งนี้จะเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการกำหนดถึงอัตลักษณ์และภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนร่วมกัน

ระยะที่ 3

เนื่องจากการศึกษาวิจัยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ได้ทำการศึกษาข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิ (การมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ในพื้นที่ การประชุมกลุ่มย่อย) และข้อมูลทุติยภูมิ (เอกสารและ แผนงานฯ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การพัฒนาพื้นที่พุร้อน บริบทของพื้นที่พุร้อนและชุมชนโดยรอบ) (การมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ในพื้นที่ การประชุมกลุ่มย่อย) ร่วมกับการสืบค้นข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของแหล่งพุร้อน การสำรวจภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนโดยรอบพื้นที่พุร้อน เช่น ผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น งานศิลปหัตถกรรมในพื้นที่ การใช้วัสดุท้องถิ่น เป็นต้น เพื่อนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากการสำรวจภาคสนามทางกายภาพ เพื่อทำการประเมินและจัดทำข้อมูลเพื่อการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน

3.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพ (ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และการสำรวจภาคสนาม) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการสร้างประเด็นหลักนำการวิเคราะห์ (Thematic analysis) ตามประเด็น ดังนี้

- 1) สภาพปัจจุบัน คุณภาพสิ่งแวดล้อมของพื้นที่พุร้อน และกิจกรรมภายในแหล่งพุร้อน
- 2) สภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนโดยรอบพื้นที่พุร้อน
- 3) วิถีชีวิต ประวัติความเป็นมาของชุมชนโดยรอบพื้นที่พุร้อน
- 4) การใช้ประโยชน์ในพื้นที่พุร้อนและพื้นที่โดยรอบ
- 5) อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของพื้นที่พุร้อนและพื้นที่โดยรอบ
- 6) การจัดการพื้นที่พุร้อน โดยยึดหลักการพัฒนายั่งยืนภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและสิ่งแวดล้อม คุณค่าการใช้ทรัพยากรในพื้นที่และการบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
- 7) วัสดุ และผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น

ซึ่งการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเอกสารและการสำรวจภาคสนาม นำมาจัดประชุมร่วมกับชุมชนในพื้นที่เพื่อกำหนดแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรทางการท่องเที่ยว รวมถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นของพื้นที่พุร้อนไทรงาม, พุร้อนเมืองแปงและพุร้อนแม่อุ้มลองได้

3.3 ขั้นตอนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

ขั้นตอนออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวชุมชน เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากวิจัยเอกสารและวิจัยภาคสนามมาจัดทำโครงข่ายความสัมพันธ์ของอัตลักษณ์ชุมชน ภาพลักษณ์สถานที่ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยเน้นการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมมาใช้ในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยในขั้นตอนนี้จะทำการประเมินความเหมาะสมของแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน ร่วมกับชุมชนในพื้นที่เพื่อให้ได้ข้อสรุปร่วมกัน เน้นการพัฒนาให้สอดคล้องกับทรัพยากรในพื้นที่ ความสามารถในการผลิต วิถีของชุมชน และดำเนินการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อนร่วมกับชุมชนในพื้นที่ซึ่งเป็นขั้นตอนต่อไป

ในขั้นตอนการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน (Concept Design) นั้น เป็นการสรุปข้อมูลที่ได้จากการดำเนินกิจกรรมการออกแบบร่วมกับชุมชนที่ผ่านการ

ปรับปรุงและสรุปเป็นแนวทางหรือทางเลือกในการออกแบบ (Schematic Design) จากนั้นจะดำเนินการออกแบบและพัฒนา (Design and Development) เพื่อจัดทำต้นแบบ (Prototype) ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน พุร้อนทั้ง 3 แหล่งต่อไป ซึ่งในขั้นตอนสุดท้ายจะนำข้อมูลทั้งหมดมาสรุปผลเพื่อจัดทำเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอน และคู่มือแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอนเพื่อเผยแพร่ ซึ่งจัดเป็นขั้นตอนสุดท้ายของโครงการวิจัยนี้ เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนในพื้นที่แหล่งพุร้อนสามารถนำองค์ความรู้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาพุร้อนได้อย่างเป็นรูปธรรม

สถานที่เก็บข้อมูล

1. แหล่งพุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน
2. แหล่งพุร้อนไทรงาม (แม่นะ) ต. แม่นาเติง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน
3. แหล่งพุร้อนแม่อูมลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน

กลุ่มเป้าหมายของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย

1. ผู้แทนองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน
2. ผู้แทนองค์การบริหารส่วนตำบลแม่นาเติง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน
3. ผู้แทนองค์การบริหารส่วนตำบลป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน
4. ผู้แทนส่วนราชการ อำเภอปาย จ. แม่ฮ่องสอน
5. ผู้แทนส่วนราชการ อำเภอแม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน
6. ผู้แทนสวนป่าสาละวิน องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (ภาคเหนือบน)
7. ผู้แทนเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย
8. ชุมชนบ้านใหม่ดอนตัน ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน
9. ชุมชนบ้านแม่นะ ต. แม่นาเติง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน
10. ชุมชนบ้านแม่อูมลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน
11. กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเยี่ยมชมสถานที่ใช้ประโยชน์ในพื้นที่
12. กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวและธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ที่มีการใช้ประโยชน์จากพื้นที่พุร้อน

3.4 ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยสำหรับโครงการนี้ ทั้งสิ้น 1 ปี โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้
ขั้นตอนการดำเนินงานในเดือนที่ 1- 12

กิจกรรม/ขั้นตอนการดำเนินงาน		ระยะเวลา											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	การวางแผนการดำเนินการวิจัย	↔											
2	การสำรวจภาคสนามขั้นต้นและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง/ การวิจัยเอกสาร		↔										
3	การวิจัยภาคสนาม		↔										
4	การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยภาคสนาม				↔								
5	การกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อน ทั้ง 3 แหล่ง					↔							
6	การประเมินความเหมาะสมของแนวคิดทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง						↔						
7	การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง							↔					
8	การจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง								↔				
9	การจัดทำแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง									↔			
10	การจัดทำคู่มือแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอน												↔

3.5 การออกแบบและจัดทำเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” นั้นแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

เครื่องมือที่ 1 เครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลด้านภาพลักษณ์สถานที่ (โครงการย่อยที่ 3)

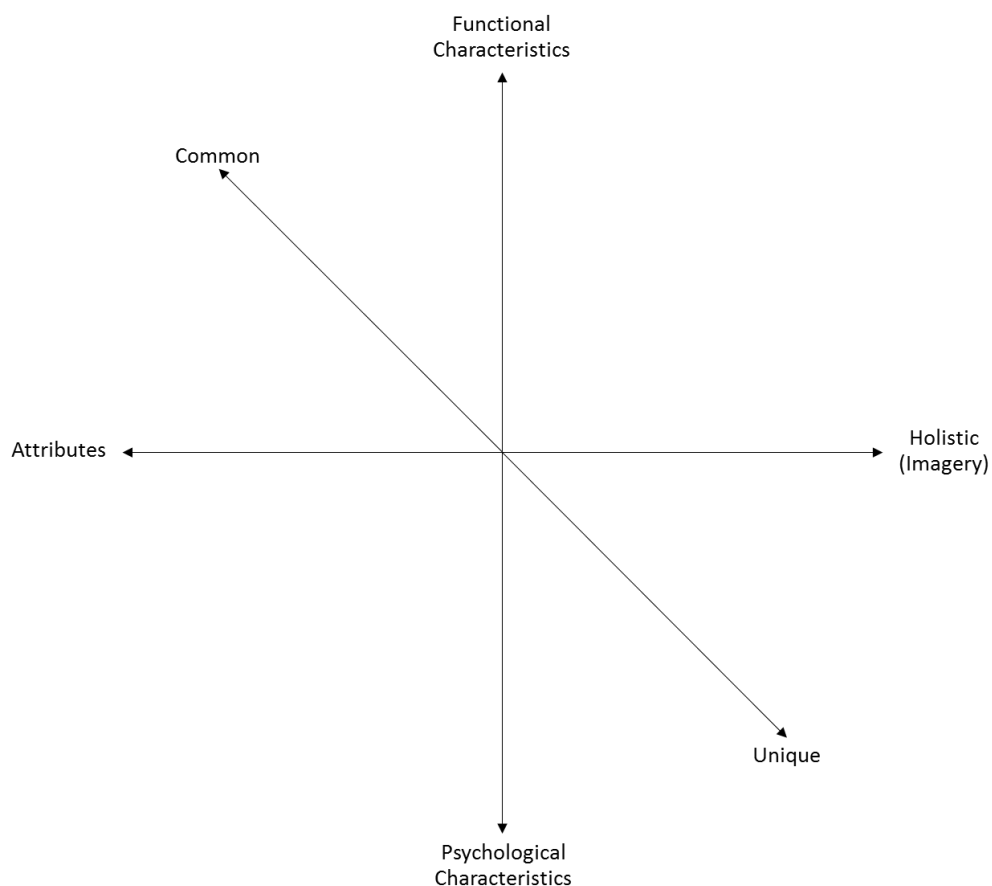
การออกแบบเครื่องมือส่วนคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สำหรับการกำหนดภาพลักษณ์สถานที่ แบ่งออกเป็นข้อมูลที่ต้องการและข้อคำถามสำหรับข้อมูลที่ต้องการซึ่งเป็นพื้นฐานที่ใช้ในการสัมภาษณ์แสดงอยู่ในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 ข้อมูลที่ต้องการและคำถามสำหรับการสัมภาษณ์

ข้อมูลที่ต้องการ	คำถาม
1) บริบทและรูปแบบกิจกรรมในพื้นที่แหล่งพุร้อน	● ท่านหรือคนในชุมชนของท่านมีการใช้ประโยชน์จากแหล่งพุร้อนในด้านใดบ้าง ● แหล่งพุร้อนมีความสำคัญต่อชุมชนของท่านมากน้อยเพียงใด ● แหล่งพุร้อนมีการดูแลรักษาและมีแนวทางในการพัฒนาอย่างไร ● แหล่งพุร้อนได้รับความสนใจจากคนภายนอกพื้นที่หรือนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด และมีการเข้ามาท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชมบ่อยครั้งหรือไม่ ● คนภายนอกพื้นที่หรือนักท่องเที่ยวใช้ประโยชน์หรือทำกิจกรรมอะไรบ้างในพื้นที่แหล่งพุร้อน
2) บริบทชุมชน ประกอบด้วย ผู้คน สถานที่ และความปลอดภัย และการใช้ประโยชน์พื้นที่	● ท่านเป็นคนพื้นถิ่นดั้งเดิมหรือไม่/ชาติพันธุ์อะไร ● ท่านประกอบอาชีพอะไร ● ท่านมีวิถีชีวิตหรือกิจกรรมประจำวันอย่างไร ● ผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนของท่านมีอะไรบ้าง ● ท่านคิดว่าชุมชนของท่านมีความเป็นมิตรหรือพร้อมในการต้อนรับคนนอกพื้นที่มากน้อยเพียงใด ● สถานที่สำคัญของชุมชนของท่าน เช่น สถานที่สำคัญทางธรรมชาติ ความเชื่อ ศาสนา และประวัติศาสตร์ มีอะไรบ้าง

ข้อมูลที่ต้องการ	คำถาม
	ในชุมชนของท่านมีสถานที่ให้บริการหรืออำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ที่พัก หรือไม่
3) ลักษณะกิจกรรม ประเพณี วัฒนธรรม หรืองานประจำปีในพื้นที่ๆ โดดเด่น	- ท่านคิดว่าพื้นที่ของท่านมีวัฒนธรรมใดที่มีความโดดเด่น - ท่านคิดว่าพื้นที่ของท่านมีประเพณีใดบ้างที่มีความโดดเด่น - ท่านคิดว่าพื้นที่ของท่านมีกิจกรรมใดบ้างที่มีความโดดเด่น
4) ภาพลักษณ์ของพื้นที่ในทัศนคติของคนในชุมชนและสิ่งที่ชุมชนอยากนำเสนอในฐานะแหล่งท่องเที่ยว	- ท่านคิดว่าชุมชนของท่านมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นอย่างไร - หากท่านคิดถึงชุมชนแห่งนี้ สิ่งใดคือสิ่งแรกที่ท่านคิดถึง - ในฐานะที่ท่านเป็นเจ้าของพื้นที่ ท่านต้องการนำเสนอสิ่งใดเกี่ยวกับพื้นที่หรือชุมชนของท่านต่อสาธารณชนภายนอก

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจะถูกนำมาวิเคราะห์และสรุปลงรูปแบบตารางจำแนกข้อมูลที่มีแบบอย่างมาจากการวัดภาพลักษณ์สถานที่แบบ เอ็กต์เนอร์ และ ริทชี ตามตัวอย่างต่อไปนี้



ภาพที่ 3.1 ไดอะแกรมการวัดภาพลักษณ์สถานที่ (Echter and Ritchie, 1991)

ภาพที่ 3-2 กรอบแนวคิดและขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน
- 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ในการดำเนินงานวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร ในประเด็นต่าง ตามที่ได้รวบรวมไว้ในบทที่ 2 ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ แนวคิดด้านภาพลักษณ์สถานที่ และแนวคิดและแนวปฏิบัติในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม รวมถึงได้ทำการออกแบบและจัดทำเครื่องมือวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม สำหรับใช้ในการสืบค้นข้อมูลทางประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนโดยรอบแหล่งพุร้อนในพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แหล่ง เพื่อข้อมูลที่นำมาสังเคราะห์สร้างภาพลักษณ์สถานที่ และวางแผนสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน และได้รายงาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัยแยกเป็นประเด็นต่างๆ ในลำดับต่อไป

4.1 สภาพพื้นที่แหล่งพุร้อนพื้นที่ศึกษาทั้ง 3 แหล่ง

ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน นั้นได้ทำการศึกษาข้อมูลสภาพพื้นที่แหล่งพุ

น้ำร้อนทั้ง 3 แหล่ง ได้แก่ พุน้ำร้อนเมืองแปง โดยศึกษาถึงรูปแบบกิจกรรมการรองรับการท่องเที่ยวในพื้นที่ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน และให้ทราบถึงความเป็นไปได้ของกิจกรรม บริการทางการท่องเที่ยวที่สามารถเกิดขึ้นในอนาคต รวมถึงข้อมูลด้านภูมิปัญญา และวิถีชีวิตของคนในชุมชน เพื่อประเมินคุณค่า ปัจจัยทางสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และภาพลักษณ์สถานที่ ภายในชุมชนพุน้ำร้อนทั้ง 3 แหล่ง โดยแยกอธิบายที่ละแหล่งตามลำดับ ดังนี้

4.1.1 แหล่งพุน้ำร้อนแม่อุ้มลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน

ที่ตั้ง

แหล่งพุน้ำร้อนแม่อุ้มลองตั้งอยู่ในพื้นที่บ้านแม่อุ้มลองหลวง หมู่ที่ 1 ตำบลป่าแป๋ อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน อยู่ห่างจากตัวอำเภอแม่สะเรียงไปตามทางหลวงจังหวัดหมายเลข 108 สายแม่ฮ่องสอน – แม่สะเรียง- เชียงใหม่ ประมาณ 40 กิโลเมตร พื้นที่พุน้ำร้อนอยู่ในความดูแลของสวนป่าสาละวิน องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ (ภาคเหนือบน)

พิกัดทางภูมิศาสตร์

พิกัด UTM (WGS 1984) X 394246.844000, Y 2013373.488000

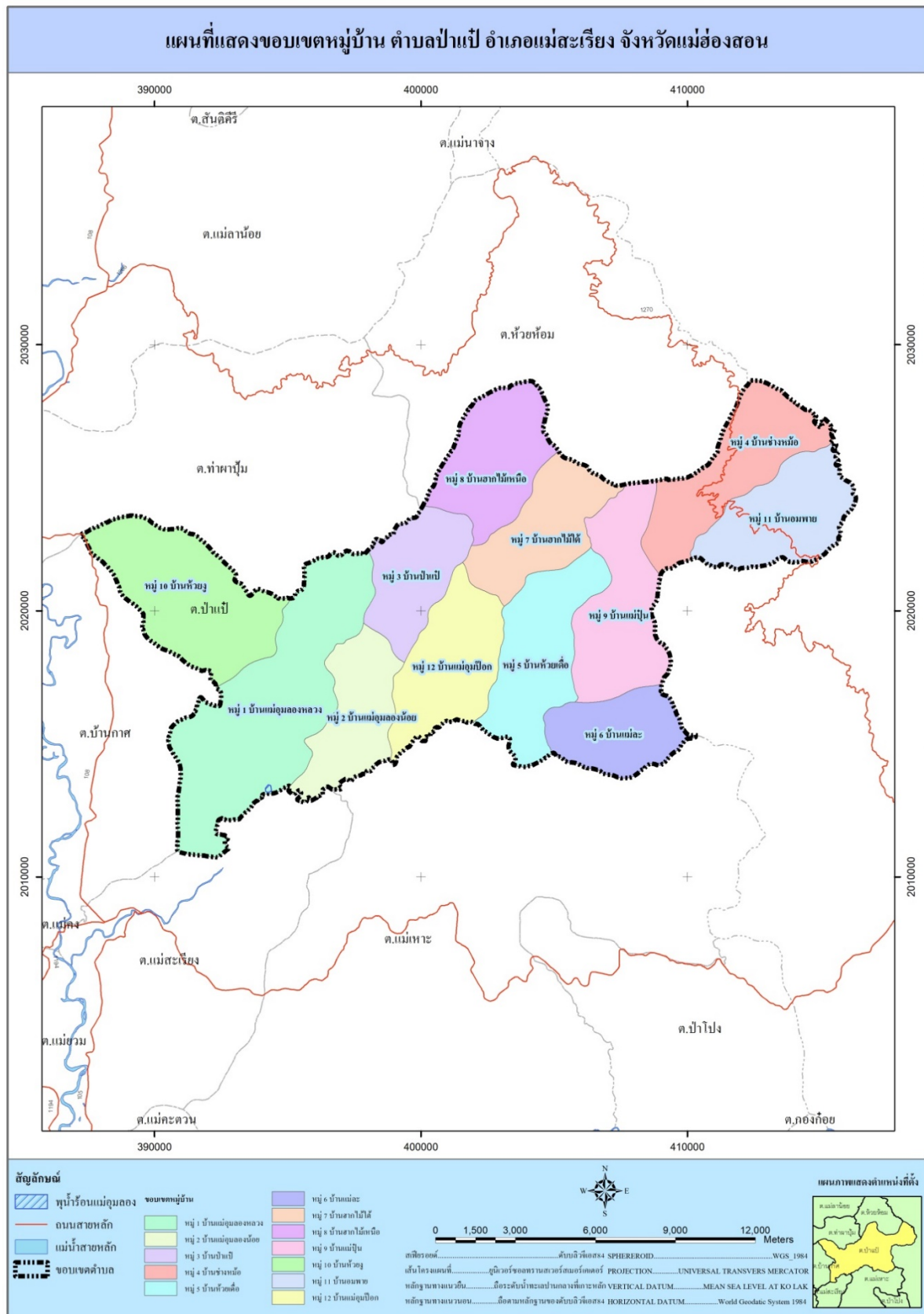
พุน้ำร้อนมีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 356 เมตร ปัจจุบันพื้นที่ตำบลเมืองป่าแป๋ แบ่งพื้นที่การปกครองเป็น 12 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านแม่อุ้มลองหลวง หมู่ที่ 2 บ้านแม่อุ้มลองน้อย หมู่ที่ 3 บ้านป่าแป๋ หมู่ที่ 4 บ้านช่างหม้อ หมู่ที่ 5 บ้านห้วยเตี๋ย หมู่ที่ 6 บ้านแม่ละ หมู่ที่ 7 บ้านฮากไม้ใต้ หมู่ที่ 8 บ้านฮากไม้เหนือ หมู่ที่ 9 บ้านแม่ปุ่น หมู่ที่ 10 บ้านห้วยงู หมู่ที่ 11 บ้านอมพาย หมู่ที่ 12 บ้านแม่อุ้มป๊อก มีพื้นที่ติดต่อกับตำบลข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดกับ ต. ท่าผาปู้ม และ ต. ห้วยห้อม อ. แม่ลาน้อย

ทิศใต้ติดกับ ต. แม่เหาะ อ. แม่สะเรียง

ทิศตะวันออก ติดกับ ต. บ้านทับ อ. แม่แจ่ม จ. เชียงใหม่

ทิศตะวันตก ติดกับ ต. แม่สะเรียง และ ต. บ้านกาศ อ. แม่สะเรียง



ภาพที่ 4-2 แผนที่แสดงขอบเขตหมู่บ้านในพื้นที่ ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน

พื้นที่พุร้อนแม่อุ้มลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน สามารถเข้าถึงได้โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 108 สายเชียงใหม่ – แม่ฮ่องสอน แยกเข้าพื้นที่พุร้อนโดยถนนหมายเลข มส. 3010 บริเวณ หมู่ที่ 11 บ้านอมพาย ไปยังสวนป่าสาละวิน องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เขตเชียงใหม่ องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยแหล่งพุร้อนอยู่ในพื้นที่ของ สวนป่าสาละวิน บ้านแม่อุ้มลอง การเข้าถึงแหล่งพุร้อนและที่ทำการสวนป่าสาละวิน สามารถเข้าถึงได้ด้วยการเดินเท้าโดยข้ามห้วยแม่สะเรียงที่ไหลผ่านแหล่งพุร้อนด้านทิศใต้ด้วยสะพานแขวน ส่วนรถยนต์เข้าถึงได้โดยเฉพาะรถยนต์ขับเคลื่อนสี่ล้อข้ามผ่านห้วยแม่สะเรียงเพื่อเข้าไปยังที่ทำการสวนป่าสาละวิน บ้านแม่อุ้มลอง ลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชุมชนในพื้นที่เป็นการตั้งบ้านเรือนในลักษณะกระจ่าย (Scattered Settlement) เป็นหย่อมบ้าน หรือ หมู่บ้าน ทั้งสิ้นจำนวน 12 หมู่บ้าน ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ และ เลอเวีอะ พื้นที่โดยรอบแหล่งพุร้อนและสวนป่าสาละวิน มีการใช้ประโยชน์ที่ดินในเชิงเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยเฉพาะการปลูกข้าวไร่หมุนเวียนและการทำนาตามขั้นบันไดบริเวณที่ราบหุบเขาและในหุบเขาที่มีแหล่งน้ำและปลูกพืชหมุนเวียนอื่น อาทิ เสาวรส กะหล่ำปลี รวมทั้งการเลี้ยงสัตว์ในครัวเรือน เช่น วัว ควาย สุกร ไก่ และการเพาะเห็ดหอม

สภาพโดยทั่วไปของพื้นที่ ต. ป่าแป๋ มีลักษณะเป็นภูเขาสูงสลับซับซ้อน มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางตั้งแต่ประมาณ 350 – 1,100 เมตร มีที่ราบกลางหุบเขาเล็กน้อย ซึ่งใช้ประโยชน์เป็นที่ทำกิน โดยเฉพาะการปลูกข้าวตามนาขั้นบันไดเป็นส่วนใหญ่ มีแหล่งน้ำสำคัญ 2 สาย ได้แก่ ห้วยอมลานและห้วยแม่สะเรียง ซึ่งห้วยทั้ง 2 สายจะไหลลงไปบรรจบกับแม่น้ำแม่สะเรียงทางทิศใต้ การตั้งถิ่นฐานของชุมชนมีทั้งสิ้น 12 หมู่บ้าน และ 18 หย่อมบ้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. หมู่ที่ 1 บ้านแม่อุ้มลองหลวง กลุ่มชาติพันธุ์ ปกากะญอ
 บ้านแม่อุ้มลองลุ่ม กลุ่มชาติพันธุ์ ปกากะญอ
2. หมู่ที่ 2 บ้านแม่อุ้มลองน้อย กลุ่มชาติพันธุ์ ปกากะญอ
 บ้านจอบ่อ กลุ่มชาติพันธุ์ ปกากะญอ
3. หมู่ที่ 3 บ้านป่าแป๋ กลุ่มชาติพันธุ์ เลอเวีอะ
4. หมู่ที่ 4 บ้านช่างหม้อ กลุ่มชาติพันธุ์ เลอเวีอะ
 บ้านสันติสุข กลุ่มชาติพันธุ์ เลอเวีอะ
 บ้านสันติธรรม กลุ่มชาติพันธุ์ เลอเวีอะ
5. หมู่ที่ 5 บ้านห้วยเตือเหนือ กลุ่มชาติพันธุ์ ปกากะญอ
 บ้านห้วยเตือใต้ กลุ่มชาติพันธุ์ ปกากะญอ

	บ้านห้วยยาว	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
	บ้านห้วยหก	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
	บ้านห้วยหกใหม่	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
6. หมู่ที่ 6	บ้านแม่ละ	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
	บ้านมะเขือแจ้	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
7. หมู่ที่ 7	บ้านห้วยฮากไม้ใต้	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
	บ้านโกะไม้หลู่	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
	บ้านไก่อำ	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
8. หมู่ที่ 8	บ้านห้วยฮากไม้เหนือ	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
	บ้านน้อย	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
9. หมู่ที่ 9	บ้านแม่ปุ่น	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
	บ้านแม่สะเรียงน้อย	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
10. หมู่ที่ 10	บ้านห้วยงู	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
	บ้านต้นจั่ว	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
	บ้านห้วยหนองหวาย	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
11. หมู่ที่ 11	บ้านธรรมชัย	กลุ่มชาติพันธุ์	เลอเวีอะ
	บ้านอมพายใต้	กลุ่มชาติพันธุ์	เลอเวีอะ
	บ้านอมพายเหนือ	กลุ่มชาติพันธุ์	เลอเวีอะ
12. หมู่ที่ 12	บ้านอุ้มป๊อก	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ
	บ้านแม่อุ้มป๊อกเหนือ	กลุ่มชาติพันธุ์	ปกากะญอ



ภาพที่ 4-3 แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนแม่อุ้มลอง

ลักษณะโดยทั่วไปของพุร้อนแม่อุ้มลอง

แหล่งพุร้อนเมืองแม่อุ้มลองเป็นพุร้อน มีลักษณะเป็นธารน้ำร้อนผุดขึ้นบริเวณที่ราบลุ่มดินตะกอนขนาดใหญ่ระหว่างหุบเขาโดยไหลผ่านโขดหินต่างๆ ซึ่งเป็นหินประเภทหินอัคนี ในบริเวณมีพุร้อนผุดขึ้น กระจายเป็นจุดๆ บริเวณเชิงเขาและไหลรวมกันเป็นลำธารขนาดเล็กไหลลงสู่แม่น้ำแม่สะเรียงที่ไหลผ่านด้านทิศใต้ของพื้นที่ พุร้อนมีปริมาณค่อนข้างมากมีอุณหภูมิประมาณ 75 องศาเซลเซียส แหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง ตั้งอยู่ในพื้นที่ของสวนป่าสาละวิน แม่อุ้มลองหลวง องค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เขตเชียงใหม่ มีพื้นที่โดยรวมประมาณ 28 ไร่ ลักษณะพื้นที่เป็นที่ไหล่เขา มีความลาดชันประมาณ 25 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งจัดเป็นพื้นที่ริมขอบเขาที่มีความลาดชัน หรือ Hillside Area โดยมีลักษณะเป็นที่พื้นที่ดินตะกอนระหว่างหุบเขาโดยลาดเอียงจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง ประมาณ 356 เมตร จุดกำเนิดพุร้อนอยู่บริเวณกลางพื้นที่มีลักษณะเป็นธารน้ำร้อนผุดขึ้นกระจายกันเป็นจุดๆ ประมาณ 3 บ่อหลัก โดยพุร้อนจะไหลจากจุดกำเนิดบริเวณเชิงเขาไหลผ่านโขดหินต่างๆ ซึ่งเป็นหินประเภทหินอัคนีผ่านพื้นที่แปลงปลูกต้นสักของสวนป่าสาละวิน แม่อุ้มลองหลวง มารวมกันเป็นธารน้ำขนาดเล็กมีความลึกประมาณ 20- 30 เซนติเมตร ไหลลงสู่ห้วย แม่สะเรียงที่ไหลผ่านพื้นที่สวนป่าสาละวินทางด้านทิศใต้จากการสำรวจและวิเคราะห์ปริมาณน้ำพบว่า พุร้อน แม่อุ้มลองมีปริมาณการให้น้ำประมาณ 286 ลูกบาศก์เมตร/ วัน และมีอุณหภูมิสูงที่ประมาณ 78.5 องศาเซลเซียส ต้นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่ (Perennial Plants) ที่พบ นอกจากต้นสักที่ปลูกในแปลงปลูกธรรมชาติ จะเป็นไม้เบญจพรรณ หรือ ป่าผสมผลัดใบ ที่ขึ้นได้ทั่วไปตามที่ราบเชิงเขาในพื้นที่ภาคเหนือ อาทิ ประดู่ และไม้หลายชนิดรวมทั้งไม้วงศ์ยางในป่าเต็งรัง (Deciduous Dipterocarp Forest) หรือ ป่าแดง ป่าแพะ อาทิ เต็ง เหียง เป็นต้น สำหรับพื้นที่พุร้อนมีลักษณะดินเป็นหินปนทรายพบก้อนกรวด (Consolidated Layer or Gravel) มีหินโผล่ (Rock Out Crop) และมีก้อนหินโผล่ (Stoniness) จากลักษณะดังกล่าวส่งผลให้เกิดการกร่อนของดิน (Soil Erosion) ในพื้นที่พอสมควร สำหรับพื้นที่โดยรอบพุร้อนจะใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยเฉพาะข้าวไร่ (Field Crops) และพืชหมุนเวียน (Swidden Agriculture) เช่น กล้วยปลี ถั่วเหลืองและเสาวรส เป็นต้น

ในฤดูร้อนพื้นที่จะแห้งแล้งเนื่องจากพื้นที่โดยรอบเป็นป่าผสมผลัดใบ (Deciduous Forest) ปัจจุบันสวนป่าสาละวินได้พัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยมีการพัฒนาพื้นที่ใช้ชื่อว่า “โครงการธารน้ำอุ่น” มีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและอาคาร อาทิ บ้านพักไม้ไผ่จำนวน 4 หลัง บ้านพัก เอ เฟรม จำนวน 4 หลัง ห้องอาบแช่พุร้อน ลานกางเต็นท์ บ่อแช่เท้า ห้องน้ำส่วนบ้านพัก และห้องน้ำบริเวณพุร้อน เป็นต้น สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน มีเพียง

การแวะเข้าชม พักผ่อน หรือพักผ่อนในระยะสั้นๆ ของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงผจญภัย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทาง จ. เชียงใหม่- อ. แม่สะเรียง และ จ. แม่ฮ่องสอน เป็นหลัก

ผลการศึกษาคุณภาพและศักยภาพของพุร้อนแม่ฮ่อมลอง

ด้านการตรวจวัดคุณสมบัติทางกายภาพและเคมีของพุร้อนแม่ฮ่อมลอง พบว่า มีจากการศึกษาของโครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาด้านนิเวศของแหล่งพุร้อนเพื่อการพัฒนาและจัดการ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดแม่ฮ่องสอน” สามารถสรุปได้ว่า แหล่งพุร้อนแม่ฮ่อมลองมีอุณหภูมิน้ำประมาณ 78.5 องศาเซลเซียส ซึ่งจัดเป็นแหล่งพุร้อนที่มีอุณหภูมิสูง สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการอาบแช่และการใช้ประโยชน์จากไอน้ำและความร้อนได้ จากผลการวิเคราะห์คุณภาพน้ำทางจุลินทรีย์ พบว่า มีการเจริญเติบโตของเชื้อแบคทีเรียเพียงเล็กน้อย (60 CFU/mL) และไม่พบการเจริญของแบคทีเรีย โคลิฟอร์ม ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า พุร้อนแม่ฮ่อมลอง มีความปลอดภัยจากการปนเปื้อนคุณสมบัติอยู่ในเกณฑ์กำหนดที่เหมาะสมตามมาตรฐานน้ำบาดาล มีความเหมาะสมสำหรับการอุปโภค แต่ไม่เหมาะสมสำหรับบริโภค เนื่องจากมีกลิ่นกำมะถันค่อนข้างๆ สำหรับปริมาณน้ำและอัตราการให้น้ำของพุร้อนแม่ฮ่อมลอง มีอัตราการให้น้ำประมาณ 286 ลูกบาศก์เมตร/วัน จากปริมาณการให้น้ำของ พุร้อน นอกจากนี้ใช้ประโยชน์ในการอาบแช่และกิจกรรมนันทนาการแล้ว ยังสามารถกักเก็บปริมาณสำรองน้ำไว้ใช้ในยามหน้าแล้งได้อีกด้วย นอกจากนี้พื้นที่ตำบลป่าแป๋ มีลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาสลับกับเนินเขา มีสภาพธรรมชาติสวยงาม และมีกลุ่มชาติพันธุ์ปกาเกอญอและเลอเวีอะ ตั้งถิ่นฐานอยู่ มีความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยและแหล่งเรียนรู้ทางธรณีนิเวศ

สำหรับการศึกษาด้านศักยภาพ ความสามารถในการรองรับของพื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่จากโครงการ “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” และ “การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวพุร้อนเชิงส่งเสริมสุขภาพของจังหวัดแม่ฮ่องสอนด้วยนวัตกรรมการตลาดบริการในยุคดิจิทัล” พบว่า มีการใช้ประโยชน์จากพุร้อนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเป็นหลัก โดยปัจจุบันสวนป่าสาละวิน ได้พัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ โดยมีการพัฒนาพื้นที่ใช้ชื่อว่า “โครงการธารน้ำอุ่น” มีการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและอาคารไว้บางส่วน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว แต่กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งพุร้อนยังเป็นเพียงการพักผ่อนหย่อนใจ ชมทัศนียภาพพุร้อนและบริเวณโดยรอบในระยะสั้น หรือ มีการพักค้างแรมในพื้นที่สวนป่าสาละวินเป็นครั้งคราวเท่านั้น นอกจากการท่องเที่ยวในพื้นที่พุร้อน

แล้ว องค์การบริหารส่วนตำบลป่าแป๋และผู้ประกอบการนำเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งเป็นกลุ่ม ชาตพันธุ์ปกากะญอ ได้จัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงผจญภัยเดินป่าศึกษาเส้นทางธรรมชาติ ในพื้นที่ตำบลป่าแป๋ ขึ้นโดยเริ่มเส้นทางจาก ต. บ่อสลี อ. ฮอด จ. เชียงใหม่ – โครงการหลวงแม่สะเรียง – ชุมชนเลอเวีอะ บ้านอมพาย – ชุมชนปกากะญอ ห่อมบ้าน ไก่ดำ – ชุมชนปกากะญอ บ้านฮากไม้ใต้ – น้ำตกเลเกาะโก๊ะ- ชุมชนปกากะญอ บ้านโก๊ะไม้หลู่ – ชุมชนเลอเวีอะบ้านป่าแป๋ – โครงการหลวงบ้านป่าแป๋ – ชุมชนปกากะญอ บ้านแม่อุ้มปือก – ชุมชนปกากะญอ บ้านจอบ่อ – พุน้ำร้อนแม่อุ้มลอง – เมืองแม่สะเรียง ซึ่งสามารถเชื่อมต่อแหล่งท่องเที่ยวตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 108 ช่วง ฮอด – แม่สะเรียง – แม่ลาน้อย อาทิ ออบหลวง สวนสนบ่อแก้ว โครงการหลวงแม่โถ่ พง์บัวตองคอยแม่เหาะ พระธาตุจอมแจ้ง พระธาตุจอมทอง พระธาตุจอมมอญพระธาตุจอมกิตติ แม่น้ำขุนยวม ตัวเมืองแม่สะเรียง บ้านห้วยห้อม นาข้าวขั้นบันไดบ้านดง โครงการหลวงแม่ลาน้อย จุดชมวิวแม่ลาน้อยและจุดชมวิวแม่ลาหลวง เป็นต้น ได้ อีกทั้งการศึกษาของนักภาษาศาสตร์และพันธุศาสตร์ประชากรที่ทำการศึกษาเทียบเคียง DNA กระดูกมนุษย์โบราณในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆในพื้นที่ประเทศไทย อาทิ งานวิจัยเรื่อง “Ancient Genomes Document Multiple Waves of Migration in Southeast Asian Prehistory” โดย Mark Lipson et.al (2018) ระบุตรงกันว่า กลุ่มชาติพันธุ์เลอเวีอะและปกากะญอ ในพื้นที่ อ. แม่สะเรียง เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่พูดภาษาตระกูลออสโตรเอเชียติกและตระกูลจีน – ทิเบต ที่เก่าแก่ที่สุด โดยมีอายุการตั้งถิ่นฐานในพื้นที่เมื่อประมาณ 3,000 ปีก่อน

ซึ่งการพัฒนาแหล่งพุน้ำร้อนแม่อุ้มลองเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและสวดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 108 ช่วง ฮอด – แม่สะเรียง – แม่ลาน้อย นั้น ควรมีประเด็นในการพิจารณา ดังนี้

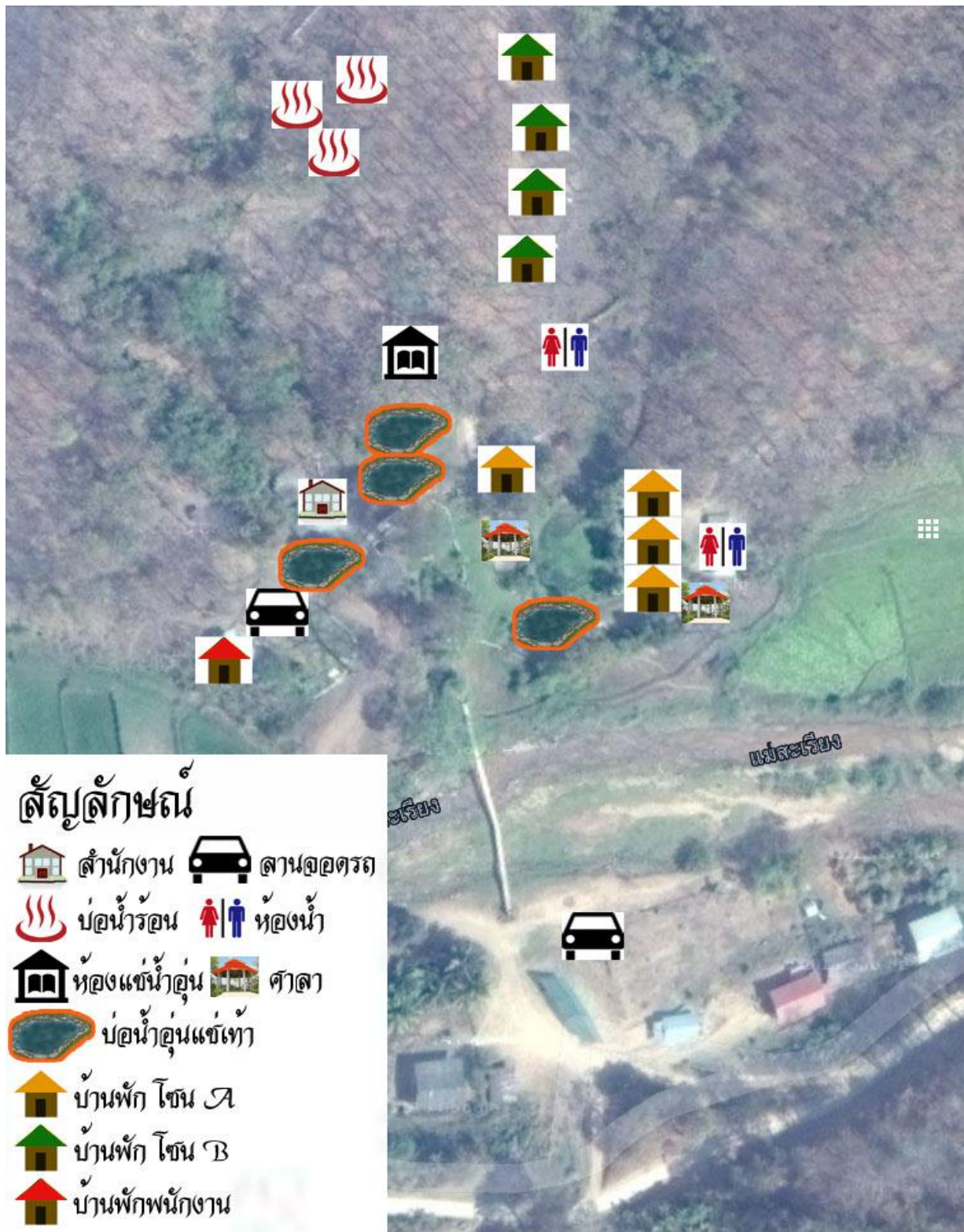
1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและและช่องทางในการจัดจำหน่ายในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและบริการ
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 108 ช่วง ฮอด – แม่สะเรียง – แม่ลาน้อย
3. การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวทางน้ำตามลำน้ำแม่แจ่มและอุทยานแห่งชาติออบหลวง
4. การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ ได้แก่ เลอเวีอะและ ปกากะญอ โดยเฉพาะการเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ดั้งเดิมในพื้นที่
5. การจัดการท่องเที่ยวและที่พักแบบ Homestay หรือที่พักในพื้นที่ ต. ป่าแป๋

6. การนำผลผลิตทางการเกษตรมาเพิ่มมูลค่าในการอาบน้ำแช่ตัวในบ่อน้ำร้อนแก่นักท่องเที่ยว เช่น การนำสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมาใช้ในการอาบน้ำแช่ เป็นต้น
7. การจัดกิจกรรม Package Tour เส้นทางเดินป่าศึกษาธรรมชาติในพื้นที่สวนป่าสาละวิน ในลักษณะ One Day Trip เป็นต้น

การบริหารจัดการพื้นที่พุร้อนแม่อุ้มลองและการใช้ประโยชน์ที่ดินในปัจจุบัน

จากการศึกษา พบว่าแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลองมีศักยภาพในการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยได้ในอนาคต เนื่องจากมีอัตราการให้น้ำที่ประมาณ 286 ลูกบาศก์เมตร/ วัน ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมและการให้บริการในการอาบน้ำแช่และรักษาสุขภาพได้ รวมถึงสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยรอบมีจุดเด่น อีกทั้งมีวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์เลอเวี้อะและปกากะญอในพื้นที่ ต. ป่าแป๋ ที่สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 108 ช่วง ฮอด – แม่สะเรียง – แม่ลาน้อยได้ ในปัจจุบันพุร้อนแม่อุ้มลอง มีการจัดเก็บค่าเข้าชมพื้นที่และบริการต่างๆ รวมถึงการพักผ่อน และมีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้พุร้อนแม่อุ้มลองมีอุณหภูมิที่ประมาณ 78.5 องศาเซลเซียส ซึ่งจัดเป็นพุร้อนที่มีอุณหภูมิสูงมาก จุดเด่นที่สำคัญคือทัศนียภาพที่สวยงามของพื้นที่ที่เป็นหุบเขา มีการทำนาขั้นบันไดในพื้นที่โดยรอบแหล่งพุร้อน มีลำห้วยแม่สะเรียงไหลผ่านและจะต้องข้ามสะพานแขวนข้ามห้วยแม่สะเรียงเพื่อเข้าถึงพื้นที่พุร้อน ซึ่งถือเป็นลักษณะที่โดดเด่นของพื้นที่ที่แตกต่างจากพุร้อนแหล่งอื่นสำหรับการใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่พุร้อนในปัจจุบันนั้น มีการใช้ประโยชน์เพื่อกิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยสวนป่าสาละวิน ได้พัฒนาพื้นที่และก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนี้

1. การรวบรวมพุร้อน จำนวน 3 บ่อ
2. บ้านพักไม้ไผ่ จำนวน 4 หลัง
3. ห้องอาบน้ำ จำนวน 1 หลัง
4. บ่อแช่เท้า จำนวน 4 บ่อ
5. บ้านพัก เอม เฟรม จำนวน 4 หลัง
6. สุขา
7. ศาลาพักผ่อน
8. ลานกางเต็นท์
9. ที่จอดรถ



ภาพที่ 4-4 แสดงการวางผังและการใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่พุร้อนแม่อุ้มลอง สำนปาสาละวิน



ภาพที่ 4-5 แสดงการใช้ประโยชน์ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในพื้นที่พุร้อนแม่อูมลอง สวนป่าสาละวิน

4.1.2 แหล่งพุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

ที่ตั้ง

แหล่งพุร้อนเมืองแปงตั้งอยู่ในพื้นที่ บ้านใหม่ดอนตัน หมู่ที่ 2 ตำบลเมือง อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน อยู่ห่างจากตัวอำเภอปายไปตาม ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1265 (อ. ปาย- ป่าสนวัดจันทร์- อ. กัลยาณิวัฒนา) และแยกเข้าถนนภายในชุมชนประมาณ 28 กิโลเมตร

พิกัดทางภูมิศาสตร์

พุร้อนเมืองแปง มีพิกัดทางภูมิศาสตร์ ดังนี้

พิกัด UTM (WGS 1984) X 441383.883000, Y 2126188.128000

พุร้อนมีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 465 เมตร ปัจจุบันพื้นที่ตำบลเมืองแปงได้แบ่งพื้นที่การปกครองเป็น 8 หมู่ ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านเมืองแปง หมู่ที่ 2 บ้านใหม่ดอนตัน หมู่ที่ 3 บ้านห้วยฮะ หมู่ที่ 4 บ้านสบสา หมู่ที่ 5 บ้านแกงหอมม้ง หมู่ที่ 6 บ้านผาสำราญ หมู่ที่ 7 บ้านแกงหอมกระเหรี่ยง หมู่ที่ 8 บ้านห้วยหมี มีพื้นที่ติดต่อกับตำบลข้างเคียง ดังนี้

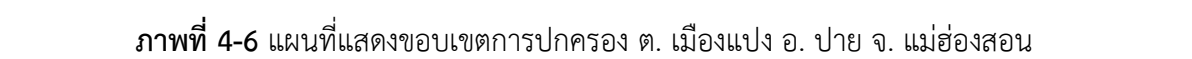
ทิศเหนือ ติดกับ ต. พ่วงยาวและ ต. แม่ฮี้

ทิศใต้ ติดกับ ต. ห้วยปูลิงและ ต. แม่สา

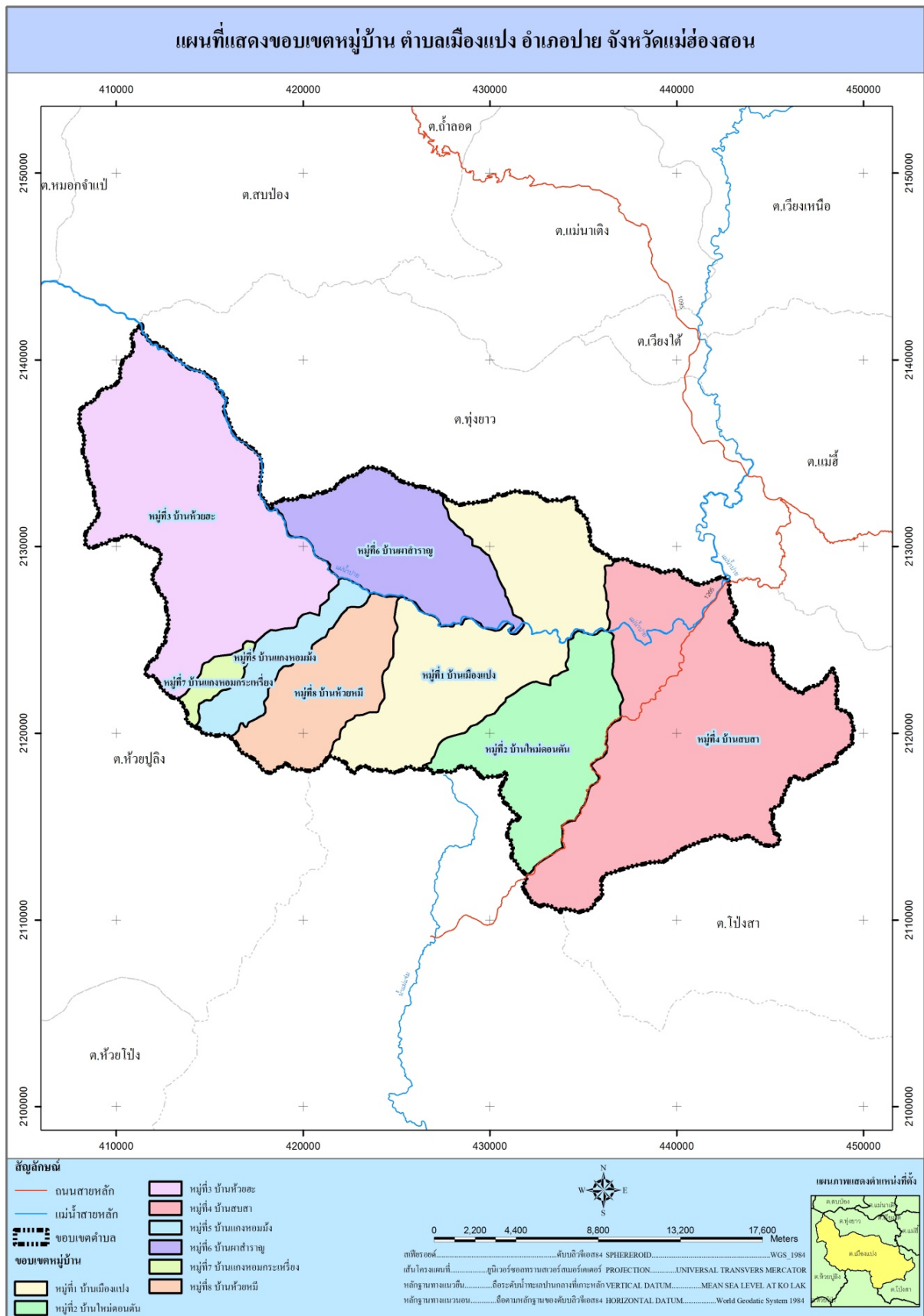
ทิศตะวันออก ติดกับ ต. โป่งสา

ทิศตะวันตก ติดกับ ต. ห้วยปูลิง

พื้นที่พุร้อนสามารถเข้าถึงได้โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1265 (อ. ปาย- ป่าสนวัดจันทร์- อ. กัลยาณิวัฒนา) ผ่านหมู่ที่ 4 บ้านสบสาและหมู่ที่ 2 บ้านใหม่ดอนตัน โดยใช้ถนนภายในหมู่บ้าน บริเวณโดยรอบแหล่งพุร้อน มีการใช้ประโยชน์พื้นที่เชิงเกษตรกรรมโดยเฉพาะเกษตรกรรมเชิงเดี่ยวหรือพื้นที่ปลูกพืชหมุนเวียนเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ กระเทียม ถั่วเหลือง ข้าวโพดและมันสำปะหลัง การตั้งถิ่นฐานของชุมชนจะอยู่ในพื้นที่หมู่ที่ 1 บ้านเมืองแปง โดยมีการตั้งบ้านเรือนเป็นกลุ่มๆ ในลักษณะกระจายตัว (Scattered Settlement) ตามแนวเส้นทางภายในชุมชน



ภาพที่ 4-6 แผนที่แสดงขอบเขตการปกครอง ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ 4-7 แผนที่แสดงขอบเขตหมู่บ้านในพื้นที่ ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

ลักษณะโดยทั่วไปของพุร้อนเมืองแปง

แหล่งพุร้อนเมืองแปงเป็นพุร้อนขนาดใหญ่ มีลักษณะเป็นธารน้ำร้อนผุดขึ้นบริเวณที่ราบลุ่มดินตะกอนขนาดใหญ่ระหว่างหุบเขาโดยไหลผ่านโขดหินต่างๆ ซึ่งเป็นหินประเภทหินอัคนี ในบริเวณมีพุร้อนผุดขึ้นทั่วบริเวณโดยระดับความสูงของน้ำร้อนที่ผุดขึ้นมาแต่ละจุดไม่เกิน 5 เซนติเมตร ปริมาณน้ำร้อนมีค่อนข้างมาก แหล่งพุร้อนมีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 465 เมตร ตั้งอยู่ในพื้นที่สาธารณประโยชน์ของชุมชนบ้านใหม่คอนตัน หมู่ที่ 2 ตำบลเมืองแปง อำเภอปาย สำหรับพื้นที่โดยรอบพุร้อนเป็นพื้นที่เกษตรกรรม โดยเฉพาะพืชไร่ (Field Crops) และพืชไร่หมุนเวียน (Swidden Agriculture) อาทิ กระเทียม ถั่วเหลืองและมันสำปะหลัง นอกจากนี้เป็นพื้นที่ป่าชุมชนสลับกับทุ่งหญ้าธรรมชาติ (Range Land) ในฤดูร้อนพื้นที่จะแห้งแล้งเนื่องจากพื้นที่โดยรอบเป็นป่าผลัดใบ (Deciduous Forest) และมีจำนวนของต้นไม้ยืนต้น (Perennial Plants) ค่อนข้างน้อยเพราะพื้นที่โดยรอบถูกแผ้วถางอย่างสมบูรณ์ (Slash and Burn) เพื่อใช้ประโยชน์ทางเกษตรกรรมเชิงเดี่ยว ต้นไม้ขนาดใหญ่ที่พบจะเป็นไม้เบญจพรรณ หรือ ป่าผสมผลัดใบ ที่ขึ้นได้ทั่วไปตามที่ราบหรือเชิงเขาในพื้นที่ภาคเหนือ อาทิ สัก ประดู่ และไผ่หลายชนิดรวมทั้งไม้วงศ์ยางในป่าเต็งรัง (Deciduous Dipterocarp Forest) หรือ ป่าแดง ป่าแพะ อาทิ เต็ง เหียง เป็นต้น สำหรับพื้นที่พุร้อนเป็นพื้นที่โล่งมีเนื้อดินเป็นหินปนทราย พบก้อนกรวดมาก (Consolidated Layer or Gravel) มีหินโผล่ (Rock Out Crop) และมีก้อนหินโผล่ (Stoniness) มาก จากลักษณะดังกล่าวส่งผลให้เกิดการกร่อนของดิน (Soil Erosion) ในพื้นที่สูง จากข้อจำกัดทางด้านกายภาพดังกล่าวมีผลทำให้การเจริญเติบโตของต้นไม้ ด้านความโตและความสูงไม่เท่าที่ควร ยกเว้นบริเวณพื้นที่ด้านทิศตะวันออกและทิศตะวันตกของพื้นที่ที่ติดริมลำห้วย ที่มีต้นสัก ไม้และกล้วยป่าขึ้นอยู่ตามธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีพื้นที่พุร้อนมีสภาพอากาศที่ร้อนจัด รวมทั้งการที่พุร้อนเมืองแปงมีอุณหภูมิน้ำที่สูงถึง 95 องศาเซลเซียส จึงอาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อนได้ ดังนั้นการให้ร่มเงากับพื้นที่ จึงเป็นประเด็นสำคัญประเด็นหนึ่งในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและภูมิสถาปัตยกรรมในพื้นที่พุร้อนเมืองแปง

ปัจจุบันองค์การบริหารส่วนตำบลเมืองแปงได้พัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยพัฒนาพื้นที่ประมาณ 5 ไร่ สร้างเส้นทางเดินชมธรรมชาติ จุดชมพุร้อนและพื้นที่แช่เท้า รวมทั้งอาคารบริการจำนวน 1 หลัง ไว้ในพื้นที่ แต่ปัจจุบันไม่มีการใช้งานรวมทั้งไม่มีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้รองรับ และยังไม่มีการกำหนดมาตรการในการวางผังบริเวณและการใช้ประโยชน์พื้นที่ นอกจากนี้มีการนำพันธุ์ไม้ต่างถิ่นเข้ามาปลูกเพื่อปรับปรุงภูมิสถาปัตยกรรมในพื้นที่ แต่ไม่สามารถเจริญเติบโตได้และยืนต้นตายเป็น

ส่วนมาก มีเพียงต้นแคนา (Dolichandrone Serrulata) ที่พบมากในพื้นที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือในระดับความสูงไม่เกิน 300 เมตรจากระดับน้ำทะเลที่ยังสามารถเจริญเติบโตได้ดี สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน มีเพียงการแวะเข้าชมพุน้ำร้อนในระยะสั้นๆ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทาง อ.ปาย- ป่าสนวัดจันทร์ - อ.กัลยาณิวัฒนา จ.เชียงใหม่ เท่านั้น



ภาพที่ 4-8 แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างในปัจจุบันของพื้นที่พุน้ำร้อนเมืองแปง

ผลการศึกษาคุณภาพและศักยภาพของพุร้อนเมืองแปง

จากการศึกษาของโครงการวิจัยเรื่อง “ธรณีประวัติ ศักยภาพ สถานภาพของน้ำและโคลนพุร้อน กลุ่มท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา” สามารถสรุปได้ว่า แหล่งพุร้อนเมืองแปงมีอุณหภูมิน้ำประมาณ 95 องศาเซลเซียส ซึ่งจัดเป็นแหล่งพุร้อนที่มีอุณหภูมิสูงมาก สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการอาบแช่และการใช้ประโยชน์จากไอน้ำและความร้อนได้ จากผลการวิเคราะห์คุณภาพน้ำทางจุลินทรีย์ พบว่า ไม่พบการเจริญของจุลินทรีย์ทั้งหมด (Total Count) และไม่พบการเจริญของแบคทีเรียโคลิฟอร์ม ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า พุร้อนเมืองแปงมีความปลอดภัยจากการปนเปื้อนของจุลินทรีย์ ด้านการตรวจวัดคุณสมบัติทางกายภาพและเคมีของพุร้อนเมืองแปง พบว่า มีคุณสมบัติอยู่ในเกณฑ์กำหนดที่เหมาะสมตามมาตรฐานน้ำบาดาล มีความเหมาะสมสำหรับการอุปโภค แต่ไม่เหมาะสมสำหรับบริโภค เนื่องจากมีกลิ่นกำมะถันค่อนข้างแรง แต่ลักษณะพิเศษอย่างหนึ่งของพุร้อนเมืองแปง คือ มีความเหมาะสมในการอาบแช่เป็นอย่างมากเนื่องจากเป็นน้ำพุร้อนธรรมชาติซัลเฟต น้ำจากน้ำพุร้อนธรรมชาติซัลเฟตนั้น ได้ถูกเรียกว่า “น้ำสำหรับบาดแผลและรอยฟกช้ำ” สำหรับด้านการรักษาผิว น้ำพุร้อนธรรมชาติซัลเฟตนั้นมีผลช่วยในการต่อต้านริ้วรอย การต้านเชื้อแบคทีเรียและช่วยป้องกันผิว จะช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและความอ่อนเยาว์ให้ผิว ช่วยลดอาการผื่นคัน โรคสะเก็ดเงิน โรคผิวหนัง รังแค กลาก และ หูด ได้

สำหรับปริมาณน้ำและอัตราการให้น้ำของพุร้อนเมืองแปง มีอัตราการให้น้ำสูงถึง 791.08 ลบ.ม./วัน ดังนั้นการใช้ประโยชน์นอกจากการใช้ประโยชน์โดยตรงของพุร้อน เช่น การต้มหน่อไม้ ลวกไข่หรือใช้ในการอาบแช่แล้ว ยังสามารถกักเก็บปริมาณสำรองน้ำไว้ใช้ในยามหน้าแล้งและเกษตรกรรมในพื้นที่ได้อีกด้วย

ผลการวิเคราะห์โลหะและโลหะหนักในโคลนร้อนที่เกิดขึ้นในพื้นที่พุร้อนเมืองแปง พบว่า มีปริมาณความเข้มข้นของตะกั่ว 2.85 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ส่วนปริมาณความเข้มข้นของซิลิเนียมและโครเมียม พบว่ามีปริมาณความเข้มข้น 0.90 และ 2.25 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ตามลำดับ ในขณะที่ไม่พบปริมาณการสะสมตัวของแคดเมียม ส่วนปริมาณความเข้มข้นของนิกเกิลและแมงกานีส พบสะสมตัวในปริมาณ 10.90 และ 160 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ตามลำดับ สำหรับปริมาณความเข้มข้นสารหนู และ ปรีท พบว่ามีปริมาณการสะสมตัวในปริมาณ 17.30 และ 0.13 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ตามลำดับ

ส่วนโลหะและโลหะหนักชนิดอื่นๆ ได้แก่ ทองแดง สังกะสี และ เหล็ก พบมีปริมาณการสะสมตัวในปริมาณ 10.25, 26.25 และ 8.487 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบปริมาณความเข้มข้นของโลหะหนักที่วิเคราะห์กับมาตรฐานคุณภาพดินที่ใช้ประโยชน์เพื่อการอยู่อาศัยและเกษตรกรรม พบว่า สารหนูมีค่าเกินเกณฑ์มาตรฐานประมาณ 4 เท่า ซึ่งกำหนดให้มีปริมาณความเข้มข้นสะสมตัวไม่เกิน 3.9 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม

ผลการวิเคราะห์สมบัติทางเคมีของโคลนพุ่น้ำร้อนเมืองปายพบว่าอุดมไปด้วยแร่ธาตุที่เหมาะสมสำหรับการเป็นโคลนพอกผิว ช่วยกระตุ้นการไหลเวียนของเลือด เพราะเป็นโคลนร้อน แร่ธาตุที่สำคัญ เช่น โซเดียม แคลเซียม โพแทสเซียม แมกนีเซียม และกำมะถัน ซึ่งแร่ธาตุเหล่านี้จะช่วยปรับสภาพความสมดุลของผิวลดความแห้งกร้าน ผลัดผิวใหม่ ช่วยสร้างและซ่อมแซมเซลล์ผิวที่เสื่อมสภาพไป และช่วยกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงของเซลล์ผิวให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังช่วยลดการอักเสบของผิวอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามโคลนพุ่น้ำร้อนเมืองปายมีปริมาณไม่มากนักและไม่สามารถพัฒนาในเชิงพาณิชย์ได้ ประกอบกับการสะสมตัวของสารหนูในปริมาณสูงเกินเกณฑ์มาตรฐานที่ใช้ประโยชน์เพื่อการอยู่อาศัยและเกษตรกรรม 2 ถึง 4 เท่า ดังนั้นโคลนพุ่น้ำร้อนเมืองปายจึงเหมาะที่จะอนุรักษ์ไว้เป็นปรากฏการณ์จากธรรมชาติที่สามารถเป็นแหล่งศึกษาทางธรณีนิเวศในพื้นที่ศึกษาเท่านั้น

สำหรับผลการศึกษาด้านศักยภาพ ความสามารถในการรองรับของพื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่จากโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเมืองปายและแม่น้ำปาย” พบว่า มีการใช้ประโยชน์จากพุ่น้ำร้อนในด้านต่างๆ อาทิ การต้มหน่อไม้เพื่อการยังชีพของชุมชนโดยรอบ การต้มไข่โดยที่นักท่องเที่ยวจัดหามาเองเนื่องจากในพื้นที่ไม่มีบริการ การเข้ามาพักผ่อนหย่อนใจ ชมทัศนียภาพพุ่น้ำร้อนและพื้นที่โดยรอบรวมทั้งการอาบน้ำและแช่ตัวในบ่อแช่เท้าและลำห้วยเมืองปายที่ไหลผ่านพื้นที่พุ่น้ำร้อนด้านทิศตะวันตก เป็นต้น จากการศึกษาของ ภัฏญ์นรี ช่วงฉ่ำ และคณะ(2562) สรุปได้ว่า พุ่น้ำร้อนเมืองปาย สามารถพัฒนาเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเชื่อมโยงบกับแหล่งท่องเที่ยวข้างเคียงและแม่น้ำปายได้ ดังนี้

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ต. เมืองปาย และเส้นทางชมทัศนียภาพ ต. เมืองปาย โดยเชื่อมต่อกับจุดชมทัศนียภาพทั้ง 7 จุด ได้แก่ จุดที่หนึ่ง จุดชมวิวตำบลเมืองปาย จุดชมวิวที่สอง พระพุทธรูปเมืองปาย จุดชมวิวที่สาม สวนรุกขชาติเมืองปาย จุดชมวิวที่สี่ วัดใหม่เมืองปาย และ จุดชมวิวที่ห้า วัดเมืองปาย จุดชมวิวก่อนสวนส้มสุมาลี และ จุดชมวิวที่เจ็ด พระธาตุชัยมงคล

2. กิจกรรมการนมัสการรอยพระพุทธรูปและสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่ตำบลเมืองปาย ได้แก่ พระพุทธรูปเมืองปาย วัดใหม่เมืองปาย วัดศรีวิชัย (วัดเมืองปาย) และพระธาตุชัยมงคล

3. การจัดกิจกรรมเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวลำน้ำปายและศึกษาธรรมชาติและพรรณไม้หายากริมแม่น้ำปาย อาทิ ต้นไคร้ น้ำ เนื่องจากอยู่ห่างจากพื้นที่พุ่น้ำร้อนเพียง 3 กิโลเมตร โดยมีระยะทางในการท่องเที่ยวประมาณ 10 กิโลเมตรและจุดชมทัศนียภาพริมแม่น้ำปายตลอดเส้นทางท่องเที่ยวทั้งสิ้น 15 จุด ได้แก่ ลานกรวดแม่น้ำปาย หาดทรายแม่น้ำปาย ผาหินปูนหน้าซาง ต้นไคร้ น้ำ ผาต้อหล่อ หรือ ภูเลียงผา รอยเลื่อนผาแดง ผาลุงป้อ ผาแดง เนินนมสาว ไปงัดจั่ว ไปงัดแก กาสรรพที จงอางผาด ห้วยแกงหอม ห้วยหมากพริก

4. เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่เนื่องจากในพื้นที่มีกลุ่มชาติพันธุ์หลายกลุ่ม อาทิ ปกาเกอญอ ม้ง และลีซอ ในพื้นที่หมู่ที่ 5 บ้านแกงหอมม้ง หมู่ที่ 6 บ้านผาสำราญ หมู่ที่ 7 บ้านแกงหอมกะเหรี่ยง และหมู่ที่ 8 บ้านห้วยหมี่

5. เชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างแหล่งพุร้อนเมืองแปง แม่น้ำปายและพื้นที่เกษตรกรรมที่เป็นลักษณะเด่นของพื้นที่ ได้แก่ ไร่กระเทียมและไร่ถั่วเหลือง

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเชื่อมโยงแหล่งพุร้อนเมืองแปง แม่น้ำปายและพื้นที่เกษตรกรรม สามารถจัดรูปแบบกิจกรรมได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ วิถีกระเทียมและวิถีถั่วเหลือง ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. วิถีกระเทียม จะเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน ถึง เดือนเมษายน นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในช่วงวิถีกระเทียม จะได้พบกับสวนกระเทียมเขียวชอุ่มไปทั่วท้องทุ่งและจะได้พบไร่กระเทียมแบบตาหมากรุก โดยแต่ละแปลงจะมีคั่นกันสูงเพื่อกั้นน้ำให้ขังอยู่ในแปลงกระเทียมและค่อย ๆ ซึมผ่านลงไปในดิน เนื่องจากกระเทียมชอบความชื้น เมื่อมองจากที่สูงหรือจุดชมวิวจะเห็นภาพแปลงปลูกกระเทียมเป็นตาหมากรุกกระจายไปทั่วทั้งพื้นที่ตำบลเมืองแปง สำหรับการล่องแก่งในลำน้ำปายช่วงวิถีกระเทียม ระดับน้ำในลำน้ำจะตื้น โขดหินโผล่ ลำน้ำไหลเอื่อย ๆ เนื่องจากเข้าสู่หน้าแล้ง การล่องแก่งวิถีกระเทียม จะพบว่าราบเรียบและการล่องแก่งระดับ 2 และ 3 จะพบได้เป็น ช่วง ๆ เหมาะสำหรับผู้สูงอายุ และ เด็กนักเรียนมาทัศนศึกษาเนื่องจากมีความปลอดภัยสูง และตื่นเต้นจากการล่องแก่งระดับ 2 และ 3 เป็นช่วง ๆ กระแสน้ำไม่รุนแรง เชี่ยวกราก และมีเวลาเรียนรู้ระบบธรณีนิเวศทั้งสองฝั่งริมน้ำ และช่วงที่ระดับน้ำตื้น ๆ สามารถลงว่ายน้ำและลอยตัวได้ ผลิตภัณฑ์สินค้าในช่วงวิถีกระเทียม คือ กระเทียมแห้ง และ กระเทียมดอง

2. วิถีถั่วเหลือง จะเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึง เดือนตุลาคม นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในช่วงวิถีถั่วเหลือง จะได้พบกับไร่ถั่วเหลือง จะเหลืองไปทั่วท้องทุ่งเมื่อถึงช่วงเก็บเกี่ยว สำหรับการล่องแก่งในลำน้ำปายช่วงวิถีถั่วเหลือง ระดับน้ำในลำน้ำจะลึก โขดหินโผล่เป็นช่วง ๆ ลำน้ำไหลเร็วและเชี่ยวกรากเป็นช่วง ๆ เนื่องจากเข้าสู่ฤดูฝน การล่องแก่งในช่วงนี้จะพบว่าตื่นเต้นและการล่องแก่งระดับ 3 และ 4 จะพบได้เป็นช่วง ๆ การล่องแก่งในวิถีถั่วเหลือง จะเหมาะสำหรับนิสิตนักศึกษาและผู้สนใจทั่วไป ที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์ตื่นเต้นและผจญภัย และมีความสามารถในการดูแลตัวเองในเรื่องความปลอดภัยได้ เนื่องจากจะพบการล่องแก่งระดับ 3 และ 4 เป็นช่วง ๆ กระแสน้ำบางช่วงรุนแรงและเชี่ยวกราก ไหลแรงและเร็ว ผลิตภัณฑ์สินค้าในช่วงวิถีถั่วเหลือง คือ เมล็ดถั่วเหลือง และ ถั่วเน่าแผ่น สำหรับนำไปประกอบอาหาร เช่น น้ำพริกถั่วเน่า หรือ แกงถั่วเน่า เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังสามารถจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว ต. เมืองแปง ได้ 3 กิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ 1 คือ การล่องแก่งแม่น้ำปาย มีระยะทางการล่องแก่งในแม่น้ำปาย 10 กิโลเมตร และ นั่งรถกระบะกลับหลังจากเสร็จสิ้นกิจกรรมล่องแก่ง 25 กิโลเมตร มีจุดชมวิวยะหว่างการล่องแก่ง อย่างน้อย 13 จุด ระยะเวลาการล่องแก่งประมาณ 6 ชั่วโมง กล่าวคือ ล่องแก่งขาไปประมาณ 2 ถึง 3 ชั่วโมง และพักรับประทานอาหารกลางวัน 1 ชั่วโมง และ เดินทางกลับด้วยรถยนต์ ประมาณ 2 ชั่วโมง

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ 2 คือ การชมวิวนิคมเมืองแปง ซึ่งมีสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และสักการะเพื่อความเป็นสิริมงคล 4 จุด คือ พระพุทธรูปเมืองแปง วัดใหม่เมืองแปง วัดศรีวิชัย และพระธาตุชัยมงคล และ จุดชมวิวิทิวทัศน์ ความสวยงามของตัวตำบลเมืองแปง 3 จุด คือ จุดชมวิวนิคมเมืองแปง สวนส้มสุมาลี และสวนรุกขชาติเมืองแปง ซึ่งสวนอนุรักษ์พันธุ์ไม้พื้นถิ่นหายาก ซึ่งระยะห่างระหว่างจุดชมวิวยู่ในรัศมีการท่องเที่ยวประมาณ 2 กิโลเมตร

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ 3 คือ บ่อน้ำร้อนเมืองแปง เป็นจุดที่สามารถนั่งพักผ่อนหย่อนใจ มีกิจกรรมดื่มช้ำ และเสริมกิจกรรมอาบแช่ และ นวดแผนโบราณ กิจกรรมล่องแก่งแม่น้ำปาย อยู่ห่างจากจุดชมวิวนิคมเมืองแปง ประมาณ 5.7 กิโลเมตร และ ห่างจากบ่อน้ำร้อนประมาณ 10.4 กิโลเมตร และจุดชมวิวนิคมเมืองแปงห่างจากบ่อน้ำร้อนประมาณ 4.6 กิโลเมตร

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกึ่งผจญภัยในแหล่งท่องเที่ยว ต. เมืองแปงและแม่น้ำปาย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 เส้นทางกิจกรรมหลัก ดังนี้

เส้นทางที่ 1 กิจกรรมท่องเที่ยวที่ 1 รวมกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่ 3 กิจกรรมการล่องแก่งและการท่องเที่ยว บ่อน้ำร้อนเมืองแปง ใช้ระยะเวลา 1 วัน เต็มเวลา และกลับไปพักที่ อำเภอปาย

เส้นทางที่ 2 กิจกรรมท่องเที่ยวที่ 2 รวมกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่ 3 กิจกรรมการท่องเที่ยวจุดชมวิวนิคมเมืองแปง บ่อน้ำร้อน ใช้ระยะเวลา ครึ่งวัน และ เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนแหล่งอื่น ก่อนกลับไปพักที่อำเภอปาย

การบริหารจัดการพื้นที่บ่อน้ำร้อนเมืองแปงและการใช้ประโยชน์ที่ดินบ่อน้ำร้อนเมืองแปงในปัจจุบัน

ปัจจุบันบ่อน้ำร้อนเมืองแปงอยู่ในความดูแลขององค์การบริหารส่วนตำบลเมืองแปง ปัจจุบันมีการใช้ประโยชน์พื้นที่เพื่อสาธารณะประโยชน์และการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวผ่านตามเส้นทางท่องเที่ยว อ. ปาย- ป่าสนวัดจันทร์- อ. กัลยาณิวัฒนา จ. เชียงใหม่ แต่มีจำนวนไม่มากนัก โดยมากเป็นเพียงการแวะชมบ่อน้ำร้อนในระยะสั้น เนื่องจากการไม่มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวรองรับ

จากการสำรวจพื้นที่ พบว่าแหล่งพุร้อนเมืองแปงมีศักยภาพที่จะถูกพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวได้ในอนาคต ซึ่งอาจพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เน้นการแช่อบและรักษาสุขภาพ เพราะมีอัตราการให้น้ำถึง 791.08 ลบ.ม./วัน ถึงแม้ว่าพื้นที่โดยรอบจะถูกแผ้วถางพื้นที่โดยรอบถูกแผ้วถางอย่างสมบูรณ์ (Slash and Burn) เพื่อใช้ประโยชน์ทางเกษตรกรรมเชิงเดี่ยว แต่สภาพแวดล้อมโดยรอบมีความเป็นธรรมชาติอยู่ค่อนข้างมาก ในปัจจุบันยังไม่มีมีการเก็บค่าเข้าใช้บริการแต่อย่างใด เพราะเป็นพื้นที่เปิดโล่ง และไม่มีเจ้าหน้าที่หรือชาวบ้านมาดูแลคอยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว จึงยังไม่มีมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยภาพรวมพื้นที่พุร้อนเมืองแปงนอกจากจะมีพุร้อนผุดขึ้นบริเวณกลางพื้นที่และกระจายตัวเป็นพื้นที่กว้างแล้ว การที่มีอุณหภูมิน้ำที่สูงถึง 95 องศาเซลเซียส และยังมีพุร้อนที่ผุดกระจายตัวตามลำห้วยด้านทิศตะวันตก รวมทั้งภูมิสถาปัตยกรรมของพุร้อนและลำห้วยที่เอื้อประโยชน์ด้านทัศนียภาพของพื้นที่ จึงจัดได้ว่าเป็นแหล่งพุร้อนที่มีศักยภาพสูงที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ เพียงแต่ปัจจุบันยังขาดการศึกษาและวางแผนการใช้ประโยชน์พื้นที่และภูมิสถาปัตยกรรมที่เหมาะสม

เท่าที่ผ่านมาบริษัทนำเที่ยวในอำเภอปายได้จัดกิจกรรมล่องแพแม่น้ำปาย มีการนำนักท่องเที่ยวมาลงแพที่ตำบลเมืองแปง เส้นทางที่ล่องแพมีระยะทางโดยประมาณ 5-7 กม. และผ่านแหล่งพุโคลนที่สามารถให้นักท่องเที่ยวได้แวะพักและนำโคลนมาพอกตามตัว แหล่งโคลนบริเวณนี้เป็นอีกแหล่งที่ อบต. เมืองแปง กำลังพิจารณาถึงเส้นทาง รูปแบบกิจกรรม และความเหมาะสมต่างๆ ซึ่งกิจกรรมล่องแพยาง อบต. เมืองแปง คาดหวังว่าจะสามารถเชื่อมโยงกิจกรรมนี้เข้ากับการท่องเที่ยวในแหล่งพุร้อนเมืองแปงได้ในอนาคต



ภาพที่ 4-9 แสดงบรรยากาศการสำรวจเส้นทางล่องแก่งในแม่น้ำปาย



ภาพที่ 4-10 รูปแบบการท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งพุ่น้ำร้อนเมืองแปง แม่น้ำปายและพื้นที่เกษตรกรรม
ที่มา: “การพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเมืองแปงและแม่น้ำปาย”
ของ กัญจน์นรี ช่างฉ่ำ และคณะ(2562)

4.1.3 แหล่งพุร้อนไทรงาม ต. แม่नादेङ อ. ปาย จ. แม่ฮองสอน

ที่ตั้ง

แหล่งพุร้อนไทรงามตั้งอยู่ในพื้นที่บ้านแม่นะ หมู่ที่ 8 ตำบลแม่นาเติง อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮองสอน อยู่ห่างจากตัวอำเภอปายไปตามทางหลวงจังหวัดหมายเลข 1095 สายแม่ฮองสอน – อำเภอปาย ประมาณ 15 กิโลเมตร พื้นที่พุร้อนอยู่ในความดูแลของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืชและองค์การบริหารส่วนตำบลแม่นาเติง

พิกัดทางภูมิศาสตร์

พุร้อนไทรงาม มีพิกัดทางภูมิศาสตร์ ดังนี้

พิกัด UTM (WGS 1984) X 434856.107000, Y 2151739.993000

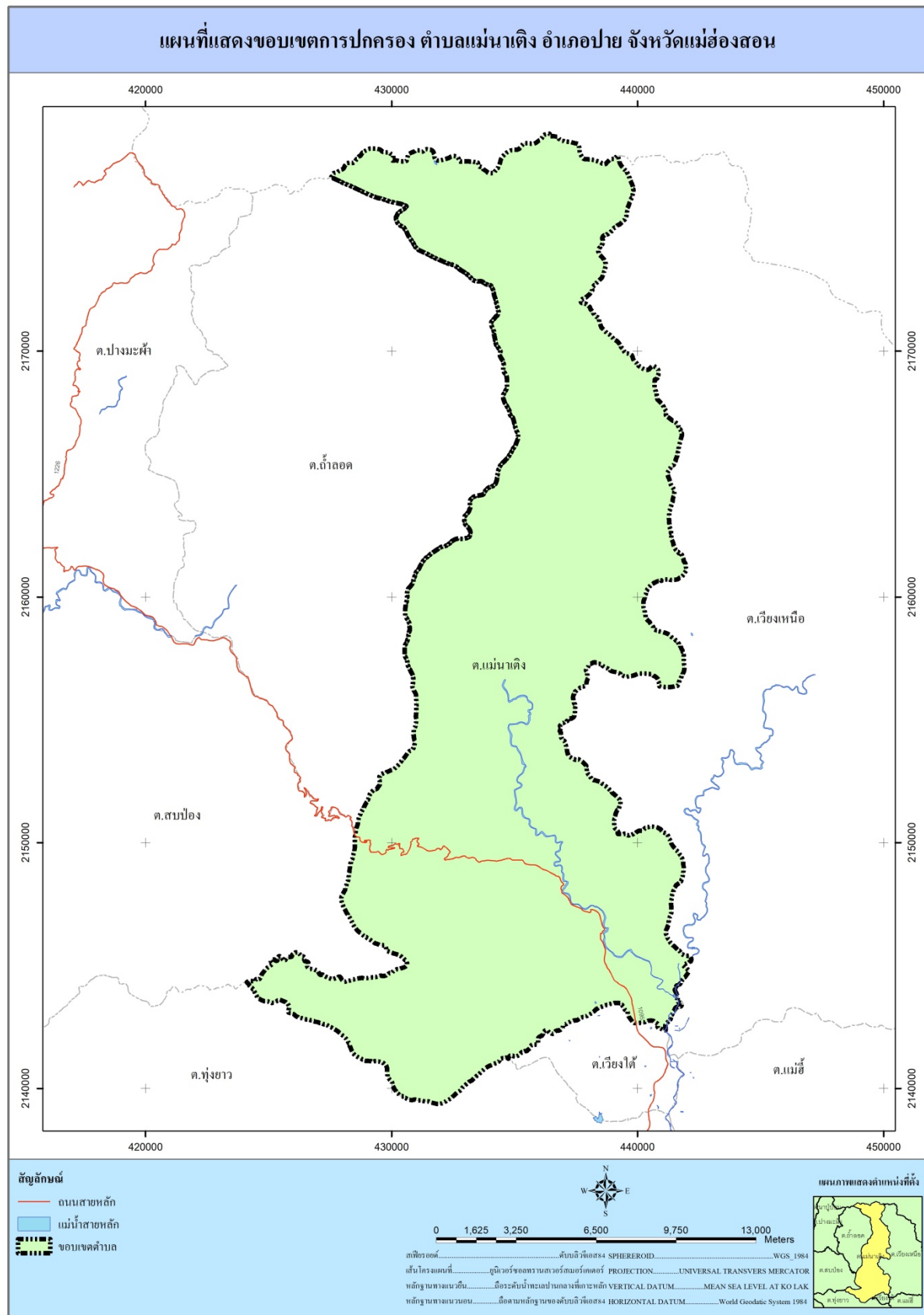
พุร้อนมีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 656 เมตร ปัจจุบันพื้นที่ตำบลเมืองแม่นาเติง แบ่งพื้นที่การปกครองเป็น 11 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านแม่นาเติงนอก หมู่ที่ 2 บ้านแม่นาเติงใน หมู่ที่ 3 บ้านม่วงสร้อย หมู่ที่ 4 บ้านหมอแปง หมู่ที่ 5 บ้านแม่ฮ่อง หมู่ที่ 6 บ้านนางลอง หมู่ที่ 7 บ้านป่าแปง หมู่ที่ 8 บ้านแม่นะ หมู่ที่ 9 บ้านดอยผีลู หมู่ที่ 10 บ้านไทรงาม หมู่ที่ 11 บ้านนางลองใหม่ มีพื้นที่ติดต่อกับตำบลข้างเคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดกับ อ. ปางมะผ้า

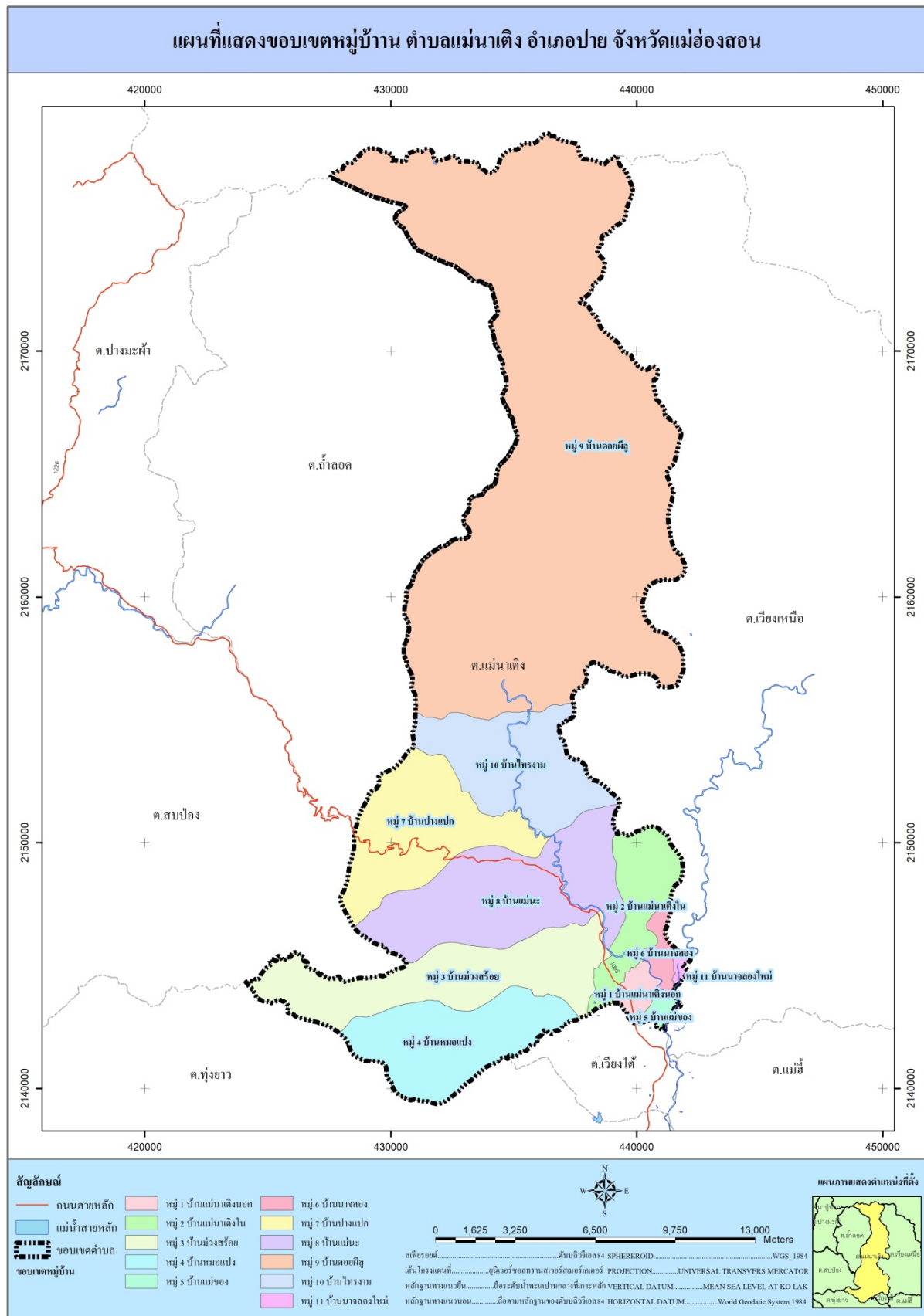
ทิศใต้ ติดกับ ต. ปายและ ต. เวียงใต้ อ. ปาย

ทิศตะวันออก ติดกับ ต. เวียงเหนือ อ. ปาย

ทิศตะวันตก ติดกับ ต. ห้วยยาว อ. ปาย



ภาพที่ 4-12 แผนที่แสดงขอบเขตการปกครอง ต. แม่นาเติง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน



ภาพที่ 4-13 แผนที่แสดงขอบเขตหมู่บ้านในพื้นที่ ต. แม่มาตัง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

พื้นที่พุร้อนไทรงาม (แม่นะ) ต. แม่นาแดง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน สามารถเข้าถึงได้โดยหลวงแผ่นดิน หมายเลข 1095 สายหนองไค้ง- แม่ฮ่องสอน หรือที่เรียกกันว่า ถนนสายแม่มาลัย-ปาย เป็นทางหลวงแผ่นดินระหว่างอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ห่างจากตัว อ.ปาย ไปตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1095 มุ่งหน้า อ. เมือง จ. แม่ฮ่องสอน ประมาณ 15 กิโลเมตร โดยแยกเข้าถนนภายในชุมชนเลียบห้วยอุโมงซึ่งเป็นถนนคอนกรีตเสริมเหล็กขนาด 2 ช่องการจราจรที่ตัดผ่านเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปายเพื่อไปยังหมู่ที่ 9 บ้านดอยผีลูและหมู่ที่ 10 บ้านไทรงาม ปัจจุบันพื้นที่พุร้อนไทรงามอยู่ในความดูแลของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืชและองค์การบริหารส่วนตำบลแม่นาแดงรวมทั้งชุมชนหมู่ที่ 10 บ้านไทรงาม

ลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชุมชนในพื้นที่เป็นการตั้งบ้านเรือนในลักษณะกระจาย (Scattered Settlement) เป็นหมู่บ้าน ทั้งสิ้นจำนวน 11 หมู่บ้าน ซึ่งมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ อาทิ คนเมือง ไทยใหญ่ ขมุ มูเซอ และลีซอ พื้นที่โดยรอบแหล่งพุร้อนไทรงาม เป็นพื้นที่ของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช โดยมีพื้นที่บางส่วนถูกใช้ประโยชน์ที่ดินเพื่อการเกษตรกรรม โดยเฉพาะพืชไร่หมุนเวียน อาทิ ถั่วเหลืองและข้าวโพด พุร้อนตั้งอยู่ในพื้นที่ราบเชิงเขา มีลำห้วยสำคัญ 2 สาย ได้แก่ ห้วยอุโมงและห้วยคอง ที่เป็นลำน้ำสาขาของแม่น้ำปาย สำหรับสภาพพื้นที่โดยทั่วไปของ ต. แม่นาแดง มีลักษณะเป็นภูเขาสูงสลับซับซ้อน มีความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางตั้งแต่ประมาณ 540 – 1,600 เมตร มีที่ราบกลางหุบเขาเล็กน้อย ซึ่งใช้ประโยชน์เป็นที่ทำกินและที่ตั้งของชุมชน ซึ่งการตั้งถิ่นฐานของชุมชนใน ต. แม่นาแดง มีทั้งสิ้น 11 หมู่บ้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- | | | |
|-------------------------------|-----------------|---------------------|
| 1. หมู่ที่ 1 บ้านแม่นาแดงนอก | กลุ่มชาติพันธุ์ | ไทยใหญ่ |
| 2. หมู่ที่ 2 บ้านแม่นาแดงใน | กลุ่มชาติพันธุ์ | คนเมือง ไทยใหญ่ ขมุ |
| 3. หมู่ที่ 3 บ้านม่วงสร้อย | กลุ่มชาติพันธุ์ | ไทยใหญ่ มูเซอ |
| 4. หมู่ที่ 4 บ้านหมอแปง | กลุ่มชาติพันธุ์ | ไทยใหญ่ มูเซอ |
| 5. หมู่ที่ 5 บ้านแม่ของ | กลุ่มชาติพันธุ์ | ไทยใหญ่ |
| 6. หมู่ที่ 6 บ้านนาจลอง | กลุ่มชาติพันธุ์ | คนเมือง |
| 7. หมู่ที่ 7 บ้านปางแปก | กลุ่มชาติพันธุ์ | ลีซอ |
| 8. หมู่ที่ 8 บ้านแม่นะ | กลุ่มชาติพันธุ์ | คนเมือง |
| 9. หมู่ที่ 9 บ้านดอยผีลู | กลุ่มชาติพันธุ์ | ลีซอ |
| 10. หมู่ที่ 10 บ้านไทรงาม | กลุ่มชาติพันธุ์ | ลีซอ |
| 11. หมู่ที่ 11 บ้านนาจลองใหม่ | กลุ่มชาติพันธุ์ | คนเมือง |

ลักษณะโดยทั่วไปของพุน้ำร้อนไทรงาม (แม่นะ)

แหล่งพุน้ำร้อนไทรงามเป็นพุน้ำร้อนที่ผุดขึ้นมากลางลำธารธรรมชาติ บริเวณพุน้ำร้อนมีลักษณะเป็นแอ่งน้ำขนาดใหญ่ มีการกั้นฝายทดน้ำลดระดับเป็นขั้นๆ ก่อนปล่อยน้ำไหลลงสู่ห้วยคอง มีอัตราการให้น้ำประมาณ 1,360 ลูกบาศก์เมตร/ วัน โดยมีอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 36 องศาเซลเซียส แหล่งพุน้ำร้อนมีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 656 เมตร ตั้งอยู่ท่ามกลางพื้นที่ของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช มีพื้นที่โดยรวมประมาณ 13 ไร่ พุน้ำร้อนตั้งอยู่ทิศตะวันออกของพื้นที่ โดยมีถนนคอนกรีตเสริมเหล็กขนาด 2 ช่องทางการจราจร ตัดผ่านกลางพื้นที่ เพื่อไปยังชุมชนหมู่ที่ 9 บ้านดอยผีลูและหมู่ที่ 10 บ้านไทรงาม โดยด้านทิศตะวันตกมีลักษณะเป็นพื้นที่ราบ (Flat Plain) และพื้นที่ลุ่มราบ (Alluvial Flat) มีความลาดชันประมาณ 0-5 เปอร์เซ็นต์ จัดเป็นพื้นที่ราบหรือพื้นที่ที่มีความลาดชันน้อยในบริเวณหุบเขา โดยลาดเอียงจากทิศตะวันตกสู่ทิศตะวันออกลงสู่บริเวณพุน้ำร้อน ปัจจุบันพื้นที่ทิศตะวันตกใช้ประโยชน์เป็นเพิงร้านค้าชั่วคราวและที่จอดรถ สำหรับบริเวณพุน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช ได้มีการบริหารจัดการพื้นที่โดยมีการกั้นขอบเขตพุน้ำร้อนด้วยรั้วชั่วคราวที่ทำด้วยวัสดุธรรมชาติได้แก่ ไม้และไม้ไผ่ มีสิ่งก่อสร้างภายในบริเวณเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ชุมนขายบัตรบริเวณทางเข้า ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า จำนวน 4 ห้อง ห้องสุขา จำนวน 2 ห้อง และสะพานข้ามฝายทดน้ำ บริเวณด้านทิศตะวันออกของพุน้ำร้อนที่เป็นที่ราบติดกับห้วยคอง เป็นพื้นที่เกษตรกรรม โดยเฉพาะพืชไร่ (Field Crops) และพืชไร่หมุนเวียน (Swidden Agriculture) อาทิ ถั่วเหลือง มันสำปะหลังและข้าวโพด ต้นไม้ยืนต้นขนาดใหญ่ (Perennial Plants) ที่พบในบริเวณโดยรอบพื้นที่พุน้ำร้อนจะเป็นไม้เบญจพรรณ หรือ ป่าผสมผลัดใบ ที่ขึ้นได้ทั่วไปตามที่ราบหรือเชิงเขาในพื้นที่ภาคเหนือ อาทิ สัก ประดู่ และไม้หลายชนิดรวมทั้งไม้วงศ์ยางในป่าเต็งรัง (Deciduous Dipterocarp Forest) หรือ ป่าแดง ป่าแพะ อาทิ เต็ง เหียง เป็นต้น สำหรับลักษณะดินเป็นหินปนทรายพบก้อนกรวด (Consolidated Layer or Gravel) มีหินโผล่ (Rock Out Crop) และมีก้อนหินโผล่ (Stoniness) จากลักษณะดังกล่าวส่งผลให้เกิดการกร่อนของดิน (Soil Erosion) ในพื้นที่พอสมควร สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่เป็นการท่องเที่ยวที่แวะเข้าชมพุน้ำร้อนและอาบน้ำแช่ในกระแสน้ำ นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใน อ. ปาย ตามเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1095 สายหนองโค้ง-แม่ฮ่องสอน เป็นหลัก



ภาพที่ 4-14 แสดงสภาพและบรรยากาศทั่วไปของพุร้อนไทรงาม

ผลการศึกษาคุณภาพและศักยภาพของพุร้อนไทรงาม

จากการศึกษาของโครงการวิจัยเรื่อง “การศึกษาธรณีนิเวศของแหล่งพุร้อนเพื่อการพัฒนาและจัดการ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในจังหวัดแม่ฮ่องสอน” สามารถสรุปได้ว่า แหล่งพุร้อนไทรงาม (แม่นะ) มีอุณหภูมิน้ำประมาณ 36 องศาเซลเซียส จัดเป็นแหล่งพุร้อนที่มีอุณหภูมิต่ำ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้เฉพาะการอาบแช่และกิจกรรมนันทนาการ จากผลการวิเคราะห์คุณภาพน้ำ ด้านการตรวจวัดคุณสมบัติทางกายภาพและเคมีของแหล่งพุร้อนไทรงาม (แม่นะ) พบว่า มีคุณสมบัติอยู่ในเกณฑ์กำหนดที่เหมาะสมตามมาตรฐานน้ำบาดาล มีความเหมาะสมสำหรับการอุปโภคและบริโภค สำหรับปริมาณน้ำและอัตราการให้น้ำของพุร้อนไทรงาม (แม่นะ) มีอัตราการให้น้ำประมาณ ประมาณ 1,360 ลูกบาศก์เมตร/ วัน จากปริมาณการให้น้ำของพุร้อน นอกจากใช้ประโยชน์ในการอาบแช่และกิจกรรมนันทนาการแล้ว ยังสามารถกักเก็บปริมาณสำรองน้ำไว้ใช้ในยามหน้าแล้งได้อีกด้วย นอกจากนี้ พื้นที่ตำบลแม่นาเติง มีลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาสลับกับเนินเขา มีสภาพธรรมชาติสวยงามและมีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ ได้แก่ คนเมือง ไทยใหญ่ ขมุ มูเซอและลีซอ ตั้งถิ่นฐานอยู่ มีความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยและแหล่งเรียนรู้ทางธรณีนิเวศได้

สำหรับการศึกษาด้านศักยภาพ ความสามารถในการรองรับของพื้นที่และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับพื้นที่จากโครงการ “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” และ “การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวพุร้อนเชิงส่งเสริมสุขภาพของจังหวัดแม่ฮ่องสอนด้วยนวัตกรรมการตลาดบริการในยุคดิจิทัล” พบว่า มีการใช้ประโยชน์จากพุร้อนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นหลัก โดยปัจจุบันเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย ร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลแม่นาเติง และชุมชนหมู่ที่ 10 บ้านไทรงาม ร่วมกันบริหารจัดการพื้นที่โดยมีการกั้นขอบเขตพุร้อนด้วยรั้วชั่วคราวที่ทำด้วยวัสดุธรรมชาติได้แก่ ไม้และไม้ไผ่ มีสิ่งก่อสร้างภายในบริเวณเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ชุมนายบัตรบริเวณทางเข้า ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า จำนวน 4 ห้อง ห้องสุขา จำนวน 2 ห้องและสะพานข้ามฝายทดน้ำ นอกจากการท่องเที่ยวในแหล่งพุร้อนแล้ว ปัจจุบันนักท่องเที่ยวบางส่วน โดยมากเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวโดยตนเองจะนิยมเข้าไปท่องเที่ยวและเล่นน้ำในห้วยคองในพื้นที่หมู่ที่ 10 บ้านไทรงาม และบางส่วนเข้าไปยังพื้นที่หมู่ที่ 9 บ้านดอยผีลู รวมทั้งมีผู้ประกอบการนำเที่ยวใน อ. ปาย จัดโปรแกรมนำเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งพุร้อนไทรงามและแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในตัวเมืองปายและตามเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1095 ช่วงปาย – แม่ฮ่องสอน อาทิ ถ้ำน้ำลอด น้ำตกหมอแปง หยูนไหล น้ำตกแพม

บก กองแลน แผ่นดินแยกปาย และข้าวสุไ่ เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาแหล่งพุร้อนไทรงาม (แม่นะ) เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและสอดคล้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1095 ช่วง แม่ฮ่องสอน – ปาย– แม่แตง (เชียงใหม่) นั้น ควรมีประเด็นในการพิจารณา ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและช่องทางในการจัดจำหน่ายในฐานะผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและบริการ
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1095 ช่วง แม่ฮ่องสอน – ปาย– แม่แตง (เชียงใหม่)
3. การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงกับกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ ได้แก่ ลีซอ ไทยใหญ่ มูเซอ และขมุ ซึ่งเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ดั้งเดิมในพื้นที่
4. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงแหล่งพุร้อนและการเดินป่าศึกษาธรรมชาติในบริเวณลำห้วยคอง และห้วยอุโมง
5. การจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่หมู่ที่ 10 บ้านไทรงาม และที่พักแบบ Homestay
6. การนำผลิตผลทางการเกษตรมาเพิ่มมูลค่าในการอาบแช่ในแหล่งพุร้อนแก่นักท่องเที่ยว เช่น การนำสมุนไพรและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมาใช้ในการอาบแช่ เป็นต้น

การบริหารจัดการพื้นที่พุร้อนไทรงาม และการใช้ประโยชน์ที่ดินในปัจจุบัน

จากการศึกษา พบว่าแหล่งพุร้อนไทรงาม มีศักยภาพที่จะถูกพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงผจญภัยได้ในอนาคต เนื่องจากมีอัตราการให้น้ำที่สูงมาก คือ ประมาณ 1,360 ลูกบาศก์เมตร/ วัน ซึ่งสามารถจัดกิจกรรมและการให้บริการในการอาบแช่และการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพได้ รวมทั้งสภาพแวดล้อมโดยรอบที่มีความเป็นธรรมชาติอยู่มากและมีจุดเด่นที่มีวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ของ ต. แม่นาเต็ง ที่หลากหลาย ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ ลีซอ ไทยใหญ่ มูเซอและขมุ รวมทั้งสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ใน อ. ปาย และตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 1095 ช่วง แม่ฮ่องสอน – ปาย– แม่แตง (เชียงใหม่) ได้ โดยปัจจุบันพุร้อนไทรงาม (แม่นะ) อยู่ในความดูแลร่วมกันของ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช องค์การบริหารส่วนตำบลแม่นาเต็งและชุมชนชาติพันธุ์ลีซอ หมู่ที่ 10 บ้านไทรงาม มีการจัดเก็บค่าเข้าชมพื้นที่และบริการต่างๆ มีการจัดเจ้าหน้าที่คอยดูแลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว นอกจากพุร้อนไทรงามที่มีลักษณะเด่นที่เป็นแอ่งน้ำขนาดใหญ่และมีปริมาณการให้น้ำมากถึง 1,360 ลูกบาศก์เมตร/ วัน แล้ว จุดเด่นที่สำคัญประการหนึ่ง คือ การตั้งอยู่ในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย ที่มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ และเป็นพื้นที่เชื่อมต่อกับลำห้วยคอง ที่มีความสวยงาม

และสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติในลำห้วยเชื่อมโยงกับกับการท่องเที่ยวศึกษาชีวิตวัฒนธรรมและประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ลีซอในพื้นที่หมู่ที่ 10 บ้านไทรงามได้ สำหรับการใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่พุร้อนในปัจจุบันนั้น มีการใช้ประโยชน์เพื่อกิจกรรมนันทนาการและการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าลุ่มน้ำปาย ร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบลแม่มาเต็ง และชุมชนหมู่ที่ 10 บ้านไทรงาม ได้พัฒนาพื้นที่และก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ชุมนขายบัตรบริเวณทางเข้า (สิ่งก่อสร้างชั่วคราว)
2. ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า จำนวน 4 ห้อง (สิ่งก่อสร้างชั่วคราว)
3. ห้องสุขา จำนวน 2 ห้อง (สิ่งก่อสร้างถาวร)
4. สะพานข้ามฝายทดน้ำ (สิ่งก่อสร้างถาวร)
5. พื้นที่พักผ่อนและลานอาบแดด



ภาพที่ 4-15 แสดงสภาพแวดล้อมและสิ่งปลูกสร้างปัจจุบันของพื้นที่พุร้อนไทรงาม

4.2 การสำรวจภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง

4.2.1 การสำรวจภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น บริเวณแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน

จากการลงพื้นที่แหล่งพุร้อนแม่อุ้มลองเพื่อเก็บข้อมูลด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่ จัดอยู่ในกลุ่มผลิตผลทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ซึ่งเป็นวิถีชีวิตภูมิปัญญา และผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มชาติพันธุ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มชาติพันธุ์ในตำบลป่าแป๋

ประชากรกลุ่มชาติพันธุ์ในตำบลป่าแป๋ อำเภอ แม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ส่วนใหญ่ประกอบด้วย 2 กลุ่มชาติพันธุ์ คือ

1. กลุ่มชาติพันธุ์ละว้าหรือละเวือะ
2. กลุ่มชาติพันธุ์ปกากะญอ

(อ้างอิงข้อมูลจากองค์การบริหารส่วนตำบลป่าแป๋)



ภาพที่ 4-16 แสดงหมู่บ้านละเวือะ ตำบลป่าแป๋

ชาติพันธุ์ละเวือะเป็นชาติพันธุ์สำคัญ (ป๋อ ขจรศักดิ์ศรีและคณะ, 2552, คันธรส วิทยาภิรมย์, 2554) อ้างว่าละเวือะเป็นคนดั้งเดิมของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากมีลักษณะของเรื่องเล่า หรือเงินตราคล้องจองกัน แต่หลังจากไฟไหม้ครั้งใหญ่ จึงได้อพยพสู่ อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน การเรียกชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์นั้นมักพบเห็นคนทั่วไปรู้จักกลุ่มชาติพันธุ์นี้ผ่านชื่อ “ละว้า” สำหรับ “ละเวือะ” เป็นคำที่ใช้เรียกภายในกลุ่ม (ณัฐวี ทศธร และ สุริยา รัตนกุล, 2539: 5, จันทบูรณ์ สุทธิ และคณะ, 2532) สำหรับคำ

แปลชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ละเวือะ ค่อนข้างแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นตรงที่ไม่ได้แปลว่า "คน" แต่ในภาษาละเวือะบ้านป่าแป๋แปลว่า "ประตู" (สัมภาษณ์ นายบ๊อ ขจรศักดิ์ศรี, 2554)



ภาพที่ 4-17 แสดงผ้าทอและเครื่องประดับกลุ่มชาติพันธุ์ละเวือะ



ภาพที่ 4-18 แสดงสร้อยคอด้วยถักประดับลูกปัด (ฮั่นงโตะเปยะ, ฮั่นงมูแอ)

สมภพ ยี่จอหอ (2562) กล่าวว่าสร้อยคอด้วยถักของชาวเลอเวือะ (ละว้า/ลัวะ) เรื่องของเครื่องประดับ เป็นเรื่องของความสุขความงาม ซึ่งเป็นเรื่องที่ขาดไปไม่ได้สำหรับมนุษย์ผู้รักในสุนทรียภาพ แม้ในกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่บนดอยอันห่างไกลในอดีต ก็ยังค้นค้นไปเสาะหาวัตถุมงคลมีสีสัน มีความมันวาว จากที่ต่างๆ แม้จะห่างไกลชุมชนมากขนาดไหนก็ตาม รวมถึงหาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น ทั้งจากพืชหรือสัตว์ มาประดิษฐ์ประดอยให้สวยงามตามอุดมคติ แล้วนำมาประดับประดาร่างกาย ทั้งตาม

ค่านิยม ความเชื่อ และอวดฐานะ อวดสวยอวดหล่อต่อกัน ปกติเครื่องประดับเพื่อความสวยงาม ปัจจุบันเราจะเห็นว่าส่วนใหญ่จะใช้กับผู้หญิง แต่ผู้ชายในอดีตก็นิยมใช้เครื่องประดับด้วยเช่นกัน มากหรือน้อย ก็ตามธรรมเนียมบ้าง สมัยนิยมบ้าง แต่ส่วนใหญ่เราจะเห็นการแบ่งว่าเป็นเครื่องประดับของผู้หญิง แบบนี้เป็นแบบของผู้ชาย แต่ชาวเลอเวีอะ หรือละว้า หรือลัวะ มีเครื่องประดับชิ้นหนึ่งที่ใช้ได้ร่วมกัน นั่นคือสร้อยคอด้วยด้ายดิบระดับลูกปัด ปล่อยชายฝ้ายยาวกรุยกราย หรือเรียกในภาษาของเขาว่า "ฮั่นงโตะเปยะ" หรือบางชุมชนก็เรียกว่า "ฮั่นงมุแอ" แต่แม้จะเป็นเครื่องประดับแบบเดียวกัน แต่ชายและหญิงก็มีวิธีการสวมใส่แตกต่างกันไป เนื่องด้วยเสื้อผ้าของฝ่ายชายนั้น เป็นเพียงชุดสีขาวทั้งเสื้อและกางเกง ซึ่งมอง

โดยรวมแล้วดูเรียบๆ การสวมสร้อยจึงทำการคาดรัดติดแนบชิดกับคอ แล้วปล่อยชายให้ห้อยผ่านจากหน้าอกลงมาถึงหน้าท้อง ทำให้เสื้อผ้าที่ดูราบเรียบมีสีสันขึ้นมาตามสีสันของเส้นด้ายเส้นฝ้ายที่นำมาใช้ผูกถัก แต่เวลาทำกิจกรรมต่างๆ ผู้ชายมักจะรวบเอาชายสร้อยพาดผ่านไหล่ปล่อยหางชายไว้ด้านหลังเพื่อความสะดวก เช่น เวลาเก็บกินข้าว ชายสร้อยจะได้ไม่ห้อยหย่อนตกไปลงในถ้วยแกง เป็นต้น จนกลายเป็นสไตล์การสวมสร้อยของชายหนุ่มไปเลย ที่ต้องพาดชายสร้อยไปด้านหลัง



ภาพที่ 4-19 แสดงการแต่งกายของกลุ่มชาติพันธุ์ละเวีอะ
ภาพประกอบ โดย จุฑามาศ ประมูลมาก (PaKim Note Book)

สำหรับฝ่ายหญิงนั้น การสวมสร้อยจะแตกต่างไปจากฝ่ายชาย คือฝ่ายหญิงจะสวมสร้อยคอดรัดแนบชิดกับคอแล้วปล่อยชายสร้อยห้อยไปทางด้านหลัง ทำไมไม่ห้อยมาทางด้านหน้าก็เพราะว่าด้านหน้ามีเครื่องประดับมากมายห้อยอยู่จนเต็ม ทั้งสร้อยลูกปัด สร้อยเงิน จนเสื้อสีขาวหรือสีดำเรียบๆ ที่สวมใส่เต็มไปด้วยสีสนของเครื่องประดับ แต่ด้านหลังกลับไม่มีอะไรประดับเลย ผู้หญิงจึงห้อยชายสร้อยไปด้านหลังเพื่อสร้างสีสนให้สดใส สร้อยชนิดนี้ถักขึ้นด้วยด้ายฝ้ายสีสนสดใส ขนาดการถักก็พอดีกับขนาดรอบคอของผู้ที่สวมใส่ แล้วนำแพลูกปัดที่ร้อยไว้อย่างสวยงามเป็นลวดลายกากบาทมาเย็บติดกับบริเวณที่ถัก นำฝ้ายสีสนอื่นๆ มาแซมเป็นพู่ตรงชายฝ้ายให้ยาวให้หนาให้หลากสี จากนั้นก็นำด้ายฝ้ายสีสนต่างๆ มาพันตกแต่งบริเวณข้อทั้งสองข้างให้แน่นและสวยงาม ผืนเชือกสำหรับผูกติดกันไว้ทั้งสองข้าง เป็นอันเรียบร้อยสร้อยชนิดนี้ใส่กันได้ตั้งแต่เด็กจนแก่เฒ่าเลยละ ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สร้อยชนิดนี้ของชาวเลอเวีอะได้รับความนิยมจากคนในเมืองเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก จากกระแสความชื่นชมในความงามของศิลปะกลุ่มชาติพันธุ์ โดยเฉพาะชาวคอยด้วยเพราะความสวยแปลกตา และความเท่เมื่อสวมใส่ รวมถึงมีการนำสร้อยชนิดนี้ไปประยุกต์ใช้ประดับเสื้อผ้าและกระเป๋าแบบต่างๆ จนคนตาและได้รับความนิยมอย่างที่กล่าวถึง

(คันธรส วิทยาริรมย์,2554) กล่าวว่า ลักษณะเด่นของผู้หญิงละเวีอะ จะนิยมสวมสร้อยลูกปัดสีส้มแดง เหลือง สวมเสื้อสีดำหรือขาว ใส่ต่างหูเงินทรงระฆัง หรือ งาช้าง นุ่งผ้าชิ้นสีดำ แถบสีแดงหรือชมพู หญิงสูงอายุนิยมสูกกลองยาสูบ ฝ่ายชายนิยมสวมเสื้อสีขาว มีการทอผ้าโดยหน้าที่นี้จะเป็นผู้หญิงชาวละเวีอะเป็นคนดูแลเครื่องนุ่งห่ม ผ้าทอนั้นจะใช้ธรรมชาติในการย้อมผ้า สกัดจากต้นไม้ในท้องถิ่น เช่น เปลือกต้นว่า(โตะยังยัด) ให้ซึ่งจะได้สีแดง ทักทอมือเป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มและกระเป๋ายาม เพื่อใช้สวมใส่ในการดำเนินชีวิตและกิจกรรมต่างๆในชีวิตประจำวัน



ภาพที่ 4-20 แสดงการเพาะเห็ดหอมและอาหารของกลุ่มชาติพันธุ์ละเวีอะ

วิถีการดำเนินชีวิตโดยทั่วไปของชาวละเวือะ จะประกอบอาชีพ การทำไร่ ทำนา นาขั้นบันไดซึ่งพื้นที่ดังกล่าวยังสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย โดยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมบรรยากาศในหมู่บ้านในช่วงฤดูทำนา การเพาะปลูกพืชผักภายในครัวเรือน การเพาะเห็ดหอม ผักที่ขึ้นชื่อของชาวละเวือะคือ ผักกาด ซึ่งจะอยู่ในแต่ละมือของชาวละเวือะ อาหารอีกอย่างที่ขาดไม่ได้ของชาวละเวือะคือ ซบืออก ซึ่งมีลักษณะคล้าย ลาบ ซึ่งถือเป็นอาหารประจำถิ่นของชาวละเวือะ ซบืออกเป็นอาหารที่จะทำไว้ต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองที่ได้เข้ามาเยือนภายในชุมชนซึ่งเป็นอาหารที่หากินได้ยากและเป็นอาหารที่บ่งบอกถึงความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 4-21 แสดงการทำนาข้าวขั้นบันไดของกลุ่มชาติพันธุ์ละเวือะ



ภาพที่ 4-22 แสดงรณาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย

ข้าวถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับชาวละโว้ะผูกพันตั้งแต่เกิด ซึ่งในพิธีกรรมก็จะมีพิธีที่เกี่ยวข้องกับข้าวและการทำนา ชาวละโว้ะนั้นจะนับถือศาสนาพุทธ ศาสนาคริสต์ แต่ส่วนใหญ่ก็ยังมีความเชื่อเกี่ยวกับการนับถือผีอยู่ ทำให้ตลอดทั้งปีจึงมีพิธีกรรมด้านนี้มากมาย ซึ่งสำหรับพิธีที่เกี่ยวข้องกับ “ข้าว-การปลูกข้าว” นั้น ก็จะมี อาทิตีที่มีชื่อว่า “โนกโกยญโบง” ที่จะทำกันหลังจากปลูกข้าวและดำนาแล้วเพื่อเลี้ยง ผีหัวกระได บ้าน และหลังว่างจากการเก็บเกี่ยว ชาวบ้านจะทำพิธีขอมา ที่มีชื่อเรียกพิธีนี้ว่า “โนกขมา” (ศิริโรจน์ ศิริแพทย์,2561) นับได้ว่าเป็นสิ่งที่สะท้อนเอกลักษณ์ได้อย่างดีระหว่างชาวละโว้ะกับข้าวที่อยู่คู่กับชุมชนได้อย่างช้านาน

ที่บ้านป่าแป้นนั้นยังเป็นที่ตั้งสำคัญของ “ธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย” โดยพ่อหลวงชุมชนคนเก่า ได้เล่าเรื่องราวว่า ธนาคารข้าวแห่งนี้ได้จัดตั้งขึ้นในปี 2513 ซึ่ง“ในหลวงรัชกาลที่ 9” ได้ทรงมีพระเมตตาต่อชาวบ้าน ซึ่งเดิมนั้นการกินอยู่เป็นไปอย่างยากลำบาก จากการเพาะปลูกข้าวที่ได้ผลผลิตไม่ค่อยดีไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ โดยพระองค์ทรงพระราชทานเงินส่วนพระองค์ช่วยเหลือทางชุมชน 20,000 บาท และให้ผู้นำชุมชนได้นำเงินพระราชทานนี้ไปซื้อเมล็ดพันธุ์ข้าวเปลือกมาปลูก โดยจัดสรรระบบการยืมข้าวภายในชุมชน ยืมข้าวเปลือก 10 ถัง ดอกเบี้ย 2 ถัง ซึ่งมีการหมุนเวียนแลกเปลี่ยนจนทำให้คนในชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และต่อมาได้กลายเป็นจุดเริ่มต้นธนาคารข้าวแห่งแรกของไทยแห่งนี้



ภาพที่ 4-23 แสดงศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของชาติพันธุ์ละโว้ะ

ทวิวัฒน์ วิสิฐสิริ ยังกล่าวอีกว่าในชุมชนยังมีการจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของชาติพันธุ์ ละเวือะ ซึ่งภายในบ้านเป็นที่อยู่อาศัยในอดีตของชาวละเวือะ มีการจำลองวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในอดีตของชาวละเวือะ ทั้งรูปแบบที่อยู่อาศัยภายในบ้าน ภาชนะต่างๆที่ใช้ในอดีตที่หาชมได้ยาก เครื่องดนตรี ศิลปะวัฒนธรรม พิธีกรรมต่างๆ เพื่อต้อนรับให้นักท่องเที่ยวได้มาสัมผัส ภูมิปัญญาวิถีของชุมชนได้ยังชัดเจนมากขึ้น

สำนักสงฆ์บ้านป่าแป๋ ซึ่งเป็นสำนักสงฆ์เพียงแห่งเดียวในหมู่บ้านที่เป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวบ้าน ตั้งอยู่บนพื้นที่สูงสุดมองลงมาเบื้องล่างเห็นหมู่บ้านป่าแป๋มีพระอุโบสถแบบศิลปะล้านนาที่มีลวดลายแกะสลักรอบอุโบสถอ่อนช้อย ภายในมีพระพุทธรูปหินอ่อนสีขาว



ภาพที่ 4-24 แสดงสำนักสงฆ์บ้านป่าแป๋

ปัจจุบันศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง มุ่งพัฒนาและส่งเสริมอาชีพเกษตรกรในการเพาะปลูกพืชผัก ไม้ผล ภายใต้ระบบมาตรฐานอาหารปลอดภัย ได้แก่ ระบบการเพาะปลูกที่ดี (GAP) รวมทั้งส่งเสริมการปลูกพืชไร่ กาแฟ และจัดทำคอกสาธิตการเลี้ยงหมูหลุมเพื่อนำมูลสัตว์มาปรับปรุงโครงสร้างดิน และเพื่อขยายพันธุ์หมูแก่เกษตรกรที่สนใจ สร้างรายได้ที่มั่นคงและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นแก่เกษตรกร

ผลิตผล ได้แก่ ค่าน้ำฮ่องกง เบบี๋คอส เบบี๋ฮ่องเต้ โอ้คลีฟแดง โอ้ คลีฟเขียว เรดโครอล บัตเฮด พริกหวานเขียว คอสสลัด ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก ผักกาดขาวปลี ขึ้นฉ่าย ปวยเล้ง ฟักทองญี่ปุ่นและฟักทองสีส้ม กะหล่ำปลีหัวใจ ถั่วแดงหลวง ข้าวไร่ ข้าวนาดำ อาโวคาโด เคพกูสเบอร์รี่ เสาวรส



ภาพที่ 4-25 แสดงศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง

จากสภาพแวดล้อมและทรัพยากรภายใน ต. ป่าแป๋ หรือหมู่บ้านป่าแป๋ ทำให้หมู่บ้านนี้มีวิถีชีวิต วัฒนธรรม และอาหารการกินในชีวิตประจำวัน ที่เน้นวิถีธรรมชาติที่ดีต่อสุขภาพ มีเมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ เฉพาะของตนเองสามารถสรุปได้ดังนี้

ข้าวพื้นบ้านชาวลัวะป่าแป๋

ข้าวถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับชาวลัวะผูกพันตั้งแต่เกิด ชาวลัวะจะเก็บข้าวไว้สำหรับกิน เลี้ยงปากท้องและประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อของชาวลัวะ โดยข้าวพื้นบ้านป่าแป๋มี 9 สายพันธุ์ได้แก่

1. ข้าวเจ้า (ข้าวกอดำ) ชื่อท้องถิ่น เฮงาะเพือน (ลัวะ)
2. ข้าวเจ้าเหลือง ลัวะ (เฮงาะบูมือ) กะเหรี่ยง (ป้อหมื่อ)
3. ข้าวเหนียวหอม เฮงาะพิดซาออยฮ้าง (ลัวะ)
4. ข้าวเหนียวแดง เฮงาะพิดแพ (ลัวะ)
5. ข้าวบ้านดงเม็กโตใหญ่ เฮงาะยวงรางลธิญ (ลัวะ)
6. ข้าวเหนียวฟาน เฮงาะ (ลัวะ)
7. ข้าวเหนียวพันหนู เฮงาะพิดเปียงเคื่อง
8. ข้าวสาคือดำ เฮงาะลองลธิญ (ลัวะ)
9. ข้าวนานุ่ม เฮงาะซึกซิม (ลัวะ) ซึ่งบางสายพันธุ์ได้มีการสูญหายไปตามกาลเวลา

พืชผักพื้นบ้านชาวลัวะ

แตงไร่ (ลัวะ) แกง (กะเหรี่ยง) ดี

แตงไร่เป็นพืชอาหารที่สำคัญในท้องถิ่น สามารถประกอบอาหารได้หลายชนิดเช่น ตำ แกง กินสดกับน้ำพริก เป็นต้น นอกจากนั้นยังสามารถเก็บไว้ได้นานหลังฤดูเก็บเกี่ยวหลายเดือน

ถั่วฝักยาว ปะลาวม

ใช้เป็นอาหารทั่วไป เช่น แกงรวมกับผักต่างๆ ตำสดๆ จิ้มกับน้ำพริก หรือกับอาหารพื้นบ้านเช่น สะบืออก รวมทั้งผัดผักอ่อน และเมื่อฝักแก่แกะเมล็ดไว้ แกงข้าวเบอะได้นาน

ผักกาดลัวะ (ลัวะ) โตะโกละละเวือะเพญ

ใช้เป็นอาหารในประจำวัน เช่นแกง ลวกกับน้ำพริก เมื่อบดหรือแกะ สามารถแกงได้อีก หรืออาจจะนำมาทำผักกาดส้ม รวมทั้งสามารถทำเป็นผักกาดแห้งเก็บไว้กินฤดูแล้ง

ฟักทอง (ลัวะ) บะโฮ

ใช้เป็นอาหารได้ตลอดทั้งปีทั้งยอดในขณะที่เจริญเติบโตและผลสามารถเก็บได้นานและสามารถจำหน่ายและแปรรูปได้

น้ำเต้าพื้นบ้าน (ลัวะ) แฮล

น้ำเต้าเป็นพืชที่ใช้อ่อนเป็นอาหาร นิยมทำแกงกับผักพื้นบ้านในช่วงกลางฤดูและปลายฤดูเก็บเกี่ยวผลแห้งนำมาประดิษฐ์ของประดับทำกระปุกน้ำเต้าใหญ่ใช้ทำโคมไฟหนึ่ง เป็นต้น

มะเขือไร่ (ลัวะ) ซปุยมา (กะเหรี่ยง) ซกอ

ใช้เป็นอาหารประจำวัน และจำหน่ายเป็นรายได้เสริมให้กับครอบครัว

มันสำปะหลัง (ลัวะ) มันเกียโคะ

ใช้เป็นอาหารในประจำวันเช่นหั่วและใบ แปรรูปเป็นของหวานขนมต่างๆหรือใช้ในพิธีกรรมเรียกขวัญข้าว เช่นไหว้ผีบรรพบุรุษ เป็นต้น

ผักอีหลิน (ลัวะ) ฮลิน (กะเหรี่ยง) ห่อว

ใช้เป็นผักปรุงเครื่องให้กลิ่นหอมกับอาหาร เช่น แกงยอดฟักทอง แกงแตงไร่ น้ำพริก ปลาทุ หรือจิ้มสดกับน้ำพริกปลาทุสามารถสร้างรายได้เนื่องจากยังมีผู้ที่นิยมบริโภคอีกมาก

ฟักเขียว (ลัวะ)ไบ (กะเหรี่ยง) ลูส

เป็นพืชที่เป็นอาหารในการดำรงชีวิตมาช้านานสามารถประกอบอาหารเป็นผัด แกง หรือ ต้ม และยังนิยมมาใช้เป็นอาหารในงานสำคัญเช่น แต่งงาน เพื่อเพิ่มปริมาณอาหารแต่รสชาติดีสามารถเก็บไว้กินได้นาน

ถั่วพู (ลั่วะ)

เป็นพืชที่ใช้เป็นอาหารในท้องถิ่นมาช้านานสามารถนำมาจิ้มสดกับน้ำพริกแกง ร่วมกับผักอื่นต้มผักให้สุกกับน้ำพริก ปลูกง่าย

หอมแข (ลั่วะ) เทียเกะ

ใช้ปรุงกลิ่นอาหารพื้นบ้านเช่นแกงผักต่างๆ ใช้สำหรับปรุงกลิ่นน้ำพริกหรือจิ้มสด นอกจากนั้นยังสามารถเก็บต้นแก่ให้แห้งไว้กินนอกฤดู

ผักชีลั่วะ คำปอมละเวือะ

ใช้ปรุงกลิ่นอาหาร และจิ้มน้ำพริกเป็นพืชที่ใช้ประโยชน์ตลอดปีเพราะสามารถใช้ปรุงอาหารได้หลากหลายชนิด สามารถจำหน่ายได้

วิถีอาหารสุขภาพ

สำหรับอาหารต้อนรับนักท่องเที่ยวที่ต้องแนะนำ ‘สะเปือก’ ทานคู่กับข้าวพันธุ์พื้นถิ่น แต่ที่ไม่น้อยหน้าคือน้ำพริกผักสดๆ และไข่เจียวทอด ที่ต้องรับประทานกันบนพื้นที่สูงถึงจะออกรส พืชผักที่นี้ปลอดสารเพราะปลูกส่งโครงการหลวง ส่วนข้าวก็ยังรักษาพันธุ์ดั้งเดิมเอาไว้ หากเข้ามาเยือนในฤดูเก็บเกี่ยวก็จะสัมผัสการเก็บเกี่ยวข้าวของชาวบ้านแบบใกล้ชิด

1. ผักผักคะน้า คะน้าต้นใหญ่สดใหม่ปลอดสารพิษผักคะน้าของที่นี่หากใครได้ลิ้มลองต้องติดใจความกรอบอร่อยของคะน้าและยังช่วยบำรุงและรักษาสายตาอีกด้วย
2. แกงแตงไร่ แตงไร่จากสวนนำมาแกงกับหมูพร้อมปรุงรสด้วยสมุนไพรหลากหลาย ได้แก่ ขมิ้น ตะไคร้ ผักอีหลิน หอมแข ช่วยแก้ท้องอืดและแก้หวัดได้เป็นอย่างดี
3. น้ำพริกถั่วเน่า น้ำพริกที่เรียกได้ว่าเป็นของดีแห่งจังหวัดแม่ฮ่องสอน น้ำพริกของที่นี่ถูกตำโขลกอย่างพิถีพิถันด้วยฉบับดั้งเดิมถึงเครื่องถึงพริก พร้อมรับประทานกับผักต้มผักสด ได้ทั้งสุขภาพช่วยลดความดัน และความอร่อยที่ถูกพูดถึงมาอย่างยาวนาน
4. สะเปือก เมนูแนะนำของชาวละเวือะที่ขึ้นชื่อของที่นี่ สะเปือก เป็นยามีเนื้อสัตว์ให้เลือกไม่ว่าจะเป็นหมู ไก่ วัว ควาย นำมาปรุงกับผักสมุนไพรหลากหลายชนิด เช่น ผักอีหลิน ผักชี ตะไคร้ ขิง ใบบัวบก ช่วยลดการอักเสบ แก้อ แก้วหวัด และแก้ท้องอืด
5. ผักเห็ดหอม เห็ดหอมสดใหม่จากกลุ่มเกษตรกรภายในครัวเรือนปลอดสารพิษ นำมาผัดรสชาติอร่อยถูกปากซึ่งช่วยลดระดับคอเลสเตอรอลและต้านโรคมะเร็งเป็นเมนูที่แนะนำสำหรับผู้ใส่ใจและรักสุขภาพ
6. ยำใบบัวบก นำผัดปลากระป๋องมาคลุกเคล้าให้เข้ากับใบบัวบกมีรสชาติเด็ดและกลมกล่อมช่วยลดอาการอักเสบบำรุงประสาทและสมอง

7. เบบี๋คอส สดใหม่จากโครงการหลวงอีกทั้งยังปลอดสารพิษ มีวิตามินซีสูงช่วยป้องกันโรคโลหิตจางและช่วยป้องกันโรคมะเร็ง
8. ข้าวเหนียว ข้าวสวย ข้าวร้อนๆพร้อมรับประทานกับอาหารแบบฉบับชาวละเวอะ ที่อุดมไปด้วยพลังงาน
9. แกงเห็ดปลวก เห็ดปลวกหรือเห็ดโคนนำมาแกงกับน้ำพริกถั่วเน่าพร้อมปรุงรสด้วยผักสมุนไพรอย่างผักหอมแย
10. ผักตอง ผักเครื่องเคียงทานคู่กับน้ำพริกถั่วเน่า มีประโยชน์ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่วัยรุ่น บำรุงระบบน้ำเหลือง ต้านไวรัส ต้านอนุมูลอิสระ

จากการสำรวจข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนภายในบริเวณ แหล่งพุร้อนแม่อุ่มลองสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4-1 สรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนในแหล่งพุร้อนแม่อุ่มลอง

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญา	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
1		ชุดแต่งกายละเวอะ ชุดผ้าทอมือชาวละเวอะ ผ้าทอนั้นจะใช้สีธรรมชาติในการย้อมผ้า สกัดจากต้นไม้ในท้องถิ่น เช่น เปลือกต้นว่า(โคะยังยัด) ให้ซึ่งจะได้สีแดง ทักทอด้วยมือ อาทิ เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มและกระเป๋ายาม ซึ่งเป็นชุดประจำชนเผ่าละวะที่มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้นแต่ยังคงเอกลักษณ์ อีกทั้งยังสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน
2		เครื่องประดับละเวอะ เครื่องประดับของชาวละเวอะ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ลักษณะเด่นของผู้หญิงละเวอะ ที่นิยมสวมสร้อยลูกปัดสีส้ม แดง เหลือง สวมเสื้อสีดำหรือขาว ใส่ต่างหูเงินทรงระฆัง เอกลักษณ์ความงามของเครื่องประดับดังกล่าว ได้สร้างรายได้ให้กับผู้หญิงชาวละเวอะบ้านป่าแป๋และยังเป็นการอนุรักษ์รักษาให้คงอยู่ต่อไป

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญา	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
3		เห็ดหอมบ้านป่าแป๋ การเกษตรในครัวเรือน ถือว่าเป็นการรายได้ของคนในชุมชนหมู่บ้านป่าแป๋ไม่มากนักน้อย ชุมชนมีการเพาะเห็ดหอมเพื่อขายส่งออก และยังมีการแปรรูปเห็ดหอมทำเป็นอาหาร เช่น น้ำพริกเห็ดหอม ถือได้ว่าเป็นอาหารที่สะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นชุมชนได้อย่างชัดเจน
4		การเกษตรบ้านป่าแป๋ การทำนาขั้นบันไดของหมู่บ้านป่าแป๋ ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวยังสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกด้วย โดยเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมบรรยากาศในหมู่บ้านในช่วงฤดูทำนา
5		งานหัตถกรรมพวงกุญแจจากสี่ธรรมชาติ พวงกุญแจจากกลุ่มชาติพันธุ์ลัวะ การนำเส้นด้ายจากเส้นใยธรรมชาติ มาสร้างสรรค์เป็นพวงกุญแจโดยมีรูปแบบที่บ่งบอกความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ อาทิ สีเส้น ลวดลาย และลักษณะที่เหมือนกับพู่หางข้าวซึ่งเป็นวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ลัวะ

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญา	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
6		สร้อยคอถักลูกปัด สร้อยคอถักลูกปัดของกลุ่มชาติพันธุ์ลัวะ โดยสร้อยคอถักกล่าว ในอดีตเป็นเครื่องประดับที่จะใส่คู่กับเสื้อของชาวลัวะมีลวดลายที่สวยงามและมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน
7		เส้นตายจากธรรมชาติ เส้นตายจากเส้นใยธรรมชาติของกลุ่มชาติพันธุ์ลัวะ หมู่บ้านป่าแป๋ โดยได้จากฝ้าย มีกระบวนการย้อมสีการธรรมชาติไป
8		ถั่วเน่า ถั่วเน่าของที่บ้านป่าแป๋ ต่างจากที่อื่น เพราะที่เราเคยเห็นกันจะเป็นแบบแบนอบแห้งมาแล้ว แต่ของที่นี่นั้น ใช้ถั่วเหลืองมาหมักแช่ไว้ 3 คืน จากนั้นนำมาหมักใส่กระสอบไว้ หากจะรับประทานก็นำมาห่อใบตองแล้วเผาไฟได้ความหอมที่เพิ่มขึ้น
9		น้ำพริกถั่วเน่า น้ำพริกถั่วเน่า ทำมาจากถั่วเหลืองหมักนำมาปรุงกับพริก ชาวบ้านมักนิยมรับประทานคู่กับผักต่างๆในท้องถิ่น
10		เหล้าหมักบ้านป่าแป๋ เหล้าหมักบ้านป่าแป๋ โดยนำข้าวของชุมชนมาหมักกลั่นออกมาเป็นเหล้า ชาวบ้านนิยมดื่มฉลองในเทศกาลของชุมชน

4.2.2 การสำรวจภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง

อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

จากการลงพื้นที่แหล่งพุร้อนแม่ฮ่องสอนเพื่อเก็บข้อมูลด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตและจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน พบว่ามีผลิตภัณฑ์ชุมชนในแหล่งพุร้อนแม่ฮ่องสอนนั้น สามารถแบ่งได้ เป็นกลุ่มผลิตผลทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์หัตถกรรม โดยมีผู้ผลิตหลายกลุ่มด้วยกัน ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ กลุ่มคนเมือง กลุ่มแม่บ้าน และกลุ่มผู้สูงอายุ สามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 4-2 สรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนในแหล่งพุร้อนเมืองแปง

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญา	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
1		กระเทียมเมืองแปง วิถีชีวิตของคนเมืองแปงโตเติบโตกับการทำเกษตรไร่กระเทียมที่มาอย่างยาวนาน ชุมชนเมืองแปงถือว่าเป็นชุมชนที่เด่นชัดในเรื่องการเพาะปลูกกระเทียม มีความชำนาญในเรื่องกระบวนการขั้นตอนการทำเกษตรไร่กระเทียม วิธีดังกล่าวเป็นลักษณะที่เด่นชัดที่บ่งบอกความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนเมืองแปง
2		ของที่ระลึกยาตมยาหม่องเมืองแปง ภูมิปัญญาของคนในชุมชนการรวมตัวของกลุ่มผู้สูงอายุ เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ยาตมยาหม่องที่สร้างรายได้ให้กับครัวเรือนโดยใช้สมุนไพรภายในชุมชน
3		หมวกชาวไต งานหัตถกรรมฝีมือจักสาน หมวกชาวไต ชาวไทยใหญ่ เรียกว่า "กูป" มีลักษณะเป็นหมวกปีกกว้างใบกลม ตรงกลางยอดแหลมเหมือนเจดีย์

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญา	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
4		ข้าวเหนียว การทำข้าวเหนียวเป็นหนึ่งในเกษตรพืชไร่หมุนเวียนของชุมชนเมืองแปงซึ่งการทำข้าวเหนียวดังกล่าวยังเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความเป็นชุมชนได้อย่างชัดเจนของชุมชนเกษตรกรรม

4.2.3 การสำรวจภูมิปัญญาและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ของแหล่งพุร้อนไทรงาม ต. แม่นาเติง

อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

จากการลงพื้นที่แหล่งพุร้อนไทรงามเพื่อเก็บข้อมูลด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และผลิตภัณฑ์ชุมชนพบว่า ข้อมูลส่วนใหญ่ จัดอยู่ในกลุ่มผลิตผลทางการเกษตร และผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ซึ่งเป็นวิถีชีวิตภูมิปัญญา และผลิตภัณฑ์ ของกลุ่มชาติพันธุ์ สามารถสรุปได้ดังนี้

กลุ่มชาติพันธุ์ลีซอ

จากข้อมูลพื้นฐานตำบลแม่นาเติง ลีซอหมู่บ้านไทรงาม หรือภาษาลีซอ เรียกว่า “หน่า-โซ” เป็นที่อยู่อาศัยของชนเผ่าลีซอ หรือ ลีซอ คำว่า “ไทรงาม” มีที่มาคือ ทางเข้าหน้าหมู่บ้านมีต้นไทรสองต้นตั้งอยู่ประวัติความเป็นมาของบ้านไทรงามสันนิษฐานว่าเคยเป็นที่อยู่อาศัยของชนเผ่าลัวะหรือละว้ามาก่อน โดยอ้างอิงหลักฐานได้จาก ถ้วย ขาม จาน ไหโบราณ บริเวณพื้นที่สวนไร่นาบริเวณบ้านเก่า (ฮา โต เป) ซึ่งอยู่ทางทิศตะวันตกของบ้านไทรงาม ณ ปัจจุบัน



ภาพที่ 4-26 แสดงหมู่บ้านกลุ่มชาติพันธุ์ลีซอตำบลแม่นาเติง

ลีซอเรียกตนเองว่า "ลีซู" (Lisu) จัดอยู่ในกลุ่มมองโกลอยด์ หากแบ่งตามหลักภาษาศาสตร์ลีซอจะอยู่ในตระกูลภาษาจีน-ทิเบต (Sino-Tibetan) กลุ่มย่อยธิเบต-พม่า (Tibeto-Burman) (ทวิช จตุวรพฤกษ์, 2547)

ทวิช จตุวรพฤกษ์ ยังกล่าวอีกว่า ลีซอเรียกตนเองว่า "ลีซู" มีความหมายสองนัยที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของกลุ่ม คือกลุ่มคนที่มีเกณฑ์คุณค่าหรือจารีตประเพณีเป็นของตัวเอง รักอิสระ ไม่ยอมอยู่ใต้อาณัติใคร ลีซอบางคนอธิบายว่า "ลี" มาจาก "อีหลี" เทียบเคียงได้กับ "ฮี้ต คอง" ส่วน "ซู" แปลว่าคน ลีซูจึงหมายถึงกลุ่มคนที่มีชีวิต วัฒนธรรม และกฎเกณฑ์คุณค่าตามจารีต ประเพณีเป็นของตนเองส่วนอีกความหมายหนึ่ง หมายถึงกลุ่มคนที่ไม่ยอมสยบต่อความครอบงำ หากเผชิญกับอำนาจครอบงำที่เหนือกว่าเลือกที่จะอพยพย้ายหนีมากกว่าจะยอมอยู่ใต้อำนาจ



ภาพที่ 4-27 แสดงวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ลีซอ

วิถีชีวิตของชาวลีซอ มีลักษณะความเป็นอยู่เรียบง่าย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมด้วยการปลูกพืชหมุนเวียนตามฤดูกาล ไม่ว่าจะเป็น ข้าว กระเทียม ข้าวโพด ถั่วแดง ถั่วลิสง มันเทศและยังคงมีการปลูกฝิ่น นอกจากนี้ยังมีการปลูกพืชชนิดอื่นๆไว้สำหรับประกอบอาหารภายในครัวเรือน น้ำพริกลีซอ ยำมะเขือเทศ แกงผักโขมใส่ไข่ ซึ่งอาหารเป็นอาหารแนะนำของชาวลีซอ อีกทั้งยังมีหมอยาสมุนไพรดังกล่าวก่อประกอบด้วยสมุนไพรหลากหลายชนิดที่หายากขึ้นตามบนหุบเขาสูง มีสรรพคุณแก้ปวดเมื่อยตามร่างกาย นับได้ว่าเป็นภูมิปัญญาการรักษาของชาวลีซอ



ภาพที่ 4-28 แสดงเครื่องแต่งกายของชาติพันธุ์ลีซอตำบลแม่नादेิง

โดย ทวิช จตุรพฤษ, 2547 กล่าวอีกว่าลีซอได้ชื่อว่าเป็นเผ่าที่แต่งกายมีสีสันสดใสและหลากหลายมากที่สุด ในบรรดาชาวเขาทั้งหมดความกล้าในการตัดสินใจและความเป็นอิสระชนสะท้อน ออกมาให้เห็นจากการใช้สีตัดกันอย่างรุนแรงในการเครื่องแต่งกาย ชาวลีซอเรียกตนเองว่า “ลีซู” (คำว่า “ลี” มาจาก “อีหลี” แปลว่า จาริต ประเพณีหรือวัฒนธรรม “ซู” แปลว่า “คน”) มีความหมายว่ากลุ่มชนที่มีขนบธรรมเนียม จาริตประเพณี และมีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง ดังนั้นหากมองในแง่วัฒนธรรมและบุคลิกภาพแล้ว อาจกล่าวได้ว่าชาวลีซอ เป็นกลุ่มชนที่รักอิสระ มีระบบจัดการความสัมพันธ์ทางสังคมที่ยืดหยุ่น เป็นนักจัดการที่มีประสิทธิภาพ จะไม่ยอมรับสิ่งใหม่โดยไม่ผ่านการเลือกสรรและจะไม่ปฏิเสธวัฒนธรรมที่แตกต่าง โดยไม่แยกแยะด้วยเหตุนี้เองทำให้ชาวลีซอมีศักยภาพในการปรับตัวเข้ากับ ความเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี ขณะเดียวกันก็สามารถธำรงรักษาอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์เอาไว้ได้เช่นกัน



ภาพที่ 4-29 แสดงการทอผ้าของกลุ่มชาติพันธุ์ลีซอตำบลแม่नादेิง

ลักษณะการทอผ้าของลีซอ เหมือนกลุ่ม มูเซอคือ เป็นแบบห้างหลัง หรือ สายคาดหลัง (Back strap) การทอผ้าเพื่อเย็บสวมใส่ไม่มี ปรากฏในชุมชนลีซอของประเทศไทย ปัจจุบันมี เพียงการทอผ้าหน้า แคบขนาดเล็กๆ เพื่อนำมาเย็บ ประกอบเป็นย้อมเท่านั้น ลักษณะการตกแต่งเสื้อผ้า ส่วนใหญ่เน้นประดับ ด้วยแถบริ้วผ้าสลัสี ผ้าตัดปะและเม็ดโลหะเงินมีการตกแต่งด้วยลายปักบ้างเล็กน้อย บริเวณช่วงต่อ ระหว่างผ้าคาดเอวกับพู่ห้อย และด้านข้างสายย้อมช่วงต่อกับพู่ที่ทั้งชายลงมาทั้ง 2 ด้านเท่านั้น



ภาพที่ 4-30 แสดงเครื่องรางความเชื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ลีซอตำบลแม่नाเตง

หญิงสตรีสูงวัยของชาวลีซอได้บอกเล่าเรื่องของเครื่องประดับที่ตนเองสวมใส่ว่า เครื่องประดับ ดังกล่าวเป็นเครื่องประดับเครื่องรางของชาวลีซอ เป็นสร้อยคอซึ่งมีการนำถุงผ้าชิ้นเล็กภายในบรรจุด้วย เหรียญเงิน มีความเชื่อว่าจะช่วยปัดเป่าสิ่งไม่ดีออกไปและเป็นการเรียกขวัญให้กับผู้ที่ป่วยให้กลับมา แข็งแรง นาคู คือ ต่างหู ทั้ง 2 ข้างมีลักษณะเชื่อมหากันตกแต่งด้วยเครื่องเงินและเส้นด้ายหลากหลายสีสัน

ซึ่งความเชื่อและพิธีกรรมของชาวลีซอนั้น สุริยัน สิ้นลี่ ชาวลีซอได้กล่าวว่าชาวลีซุนั้น นับถือศาสนา พุทธ คริสต์ และผี โดยมีผู้ทำหน้าที่ในพิธีกรรมภายในหมู่บ้านเรียกว่า หมอเมือง (ทวีช จตุรพฤกษ์ ,2547) ความเชื่อในการตั้งบ้านเรือนของลีซอ บ้านทุกหลังจะหันหน้าไปทางทิศเดียวกัน โดยประตูบ้านแต่ ละหลังจะต้องไม่อยู่ในแนวสายตาเดียวกัน หมู่บ้านจะหันหลังพิงภูเขา บริเวณภูเขาเป็นที่ตั้งของ "อาปา หมูฮี้" หรือศาลผีเสื้อบ้าน (ประกอบด้วยผีปู่ตา ผีเจ้าที่ "อีดำมา" และผีประจำถิ่น-ชั่วสื่อ) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ ของชาวมุขชนรวมถึงเป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวบ้านที่จะมาบนบานหรือบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อขอความ ช่วยเหลือคุ้มครองคนในชุมชน ส่วนพื้นที่บริเวณภูน้ำร้อนไทรงามนั้น มีการประกอบพิธีกรรมเพื่อปัดเป่าสิ่ง ไม่ดี ตามความเชื่อของชาวลีซอ โดยจะมีเครื่องจักสานที่ทำจากไม้ไผ่ หรือภาษาลีซอเรียกว่า บูผือซั่ว หรือ ลาย ตะเหลว

อีกทั้ง วิทยา กมลเจริญรัตน์ ผู้ใหญ่หมู่บ้านของไทรงาม เทศกาลที่สำคัญของชาวลีซอ คือ เทศกาลขึ้นปีใหม่ เรียกว่า “กินวอ” ตรงกับเทศกาลตรุษจีน มีการเลี้ยงเหล้าข้าวโพด เลี้ยงขนมปาดี้ เลี้ยงฉลองด้วยอาหารต่าง ๆ ที่ปรุงจากเนื้อหมู วันสำคัญทุกคนจะไปรวมกันที่บ้านหมอผีประจำหมู่บ้าน มีการประกอบพิธีกรรม เพื่อขจัดสิ่งชั่วร้าย กลางคืนมีการเต้นรำฉลองเรียกว่า “เต้นจะคี” เช้าวันขึ้นปีใหม่ มีการยิงปืน และมีการเซ่นบูชาผีประจำหมู่บ้าน ซึ่งเป็นประเพณีที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ



ภาพที่ 4-31 แสดงศาสนพิธีบ้านของกลุ่มลีซอ

จากการสำรวจข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนภายในบริเวณ แหล่งพุร้อนแม่ฮ่องสอนสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

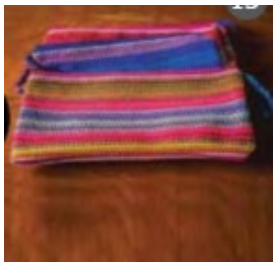
ตาราง 4-3 สรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนในแหล่งพุร้อนไทรงาม

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญา	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
1		ฮาม่าอัคคะสุต พวงกุญแจช้าง สร้างรายได้แห่งความทรงจำ หนึ่งในสินค้ายอดนิยมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเก็บความประทับใจ ในรูปของสินค้าที่ง่ายต่อการพกพา และเหมาะแก่การเป็นของฝาก

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญา	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
2		หาวอัคคะสุคะตุ พวงกุญแจ สัญลักษณ์แห่งความสง่างาม ความโชคดี ความเจริญ และเป็นอีกหนึ่งสินค้ายอดนิยมของนักท่องเที่ยวที่นิยมนำเป็นของฝาก
3		ของที่ระลึกที่ประดับตกแต่งช้างปักลายลือชอ ของที่ระลึกประดับตกแต่งช้างปักลายลือชอประยุกต์ ลวดลายดั้งเดิมผสมเข้ากับห่วงและพู่สีสดใสและหลากสีซึ่งบ่งบอกถึงชนเผ่าลือชอได้อย่างชัดเจนสะท้อนเอกลักษณ์งานฝีมือของชนเผ่าให้เข้ากับยุคสมัยแต่ยังคงเอกลักษณ์ความเป็นชนเผ่าลือชอได้อย่างงดงาม
4		กระเป๋าผ้าลือชอ กระเป๋าผ้าลือชอ ส่วนใหญ่เน้นประดับด้วยแถบริ้วผ้าสลับลี เย็บปักลวดลายและมีการปรับเปลี่ยนรูปทรงให้เข้าถึงยุคสมัยได้มากขึ้น มีตั้งแต่ขนาดเล็ก กลาง ใหญ่ อีกทั้งยังคงความเป็นชนเผ่าได้อย่างดี
5		ปะติดปะต่อ การทอผ้าลือชอลักษณะหน้าแคบขนาดเล็ก เพื่อนำมาเย็บ ประกอบเป็นย่าม ลักษณะการตกแต่งเสื้อผ้า ส่วนใหญ่เน้นประดับด้วยแถบริ้วผ้าสลับลี ผ้าตัดปะมีการตกแต่งด้วยลายปักบ้างเล็กน้อย บริเวณช่วงต่อระหว่างผ้าคาดเอวกับพู่ห้อย และด้านข้างสายย่ามช่วงต่อกับพู่ที่จะทิ้งชายลงมาทั้ง 2 ด้าน ชาวลือชอยังคงอนุรักษ์รักษาวินิยัตินี้ไว้

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญา	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
6		ยาสมุนไพรลีซอ ยาสมุนไพรลีซอ สมุนไพรดังกล่าวประกอบด้วยสมุนไพรหลากหลายชนิดที่หายากขึ้นตามบนภูเขาสูง มีสรรพคุณแก้ปวดเมื่อยตามร่างกาย นับได้ว่าเป็นภูมิปัญญาการรักษาของชาวลีซอ
7		กระเทียมลีซอ ผลผลิตทางเกษตรกรรมของชาวลีซอ กระเทียมถือว่าเป็นผลผลิตอันดับต้นๆของจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่ส่งออกทั่วประเทศ
8		เช่า ชา จื่อ หรือขนมถ้วยข้าวโผด ด้วยวิถีชีวิตของชาวลีซอส่วนใหญ่เพาะปลูกข้าวโผดเป็นอาชีพหลัก เมื่อถึงฤดูเก็บเกี่ยวจึงทำให้เกิดการรังสรรค์เมนูขนมหวานขึ้นเนื้อหวานๆของข้าวโผดนำมาต้มกับน้ำตาลและน้ำกะทิต่อการนำมาปั้น จนเมื่อสุกได้ที่จะส่งกลิ่นหอมชวนรับประทาน
9		ปาปา ขนมพื้นบ้าน เชื่อว่าช่วยเสริมความเหนียวแน่น ความรักใคร่ปรองดองและความสามัคคีของคนในหมู่บ้าน ขั้นตอนทำไม่ยุ่งยาก สืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษนิยมนำมาใช้ในเทศกาลสำคัญต่างๆ

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญา	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
10		มัดผม มัดใจ ยางเส้นเล็กรวบรัดมัดใจ สีสันสร้างความงามคู่ผู้หญิง ยางมัดผมที่ถูกทำขึ้นทีละชิ้น รวากับถูกสร้างมาเพื่อส่งเสริมความงามของทรงผมให้โดดเด่นยิ่งขึ้นด้วยที่มัดผมมัดใจสไตล์ลีสู่
11		อู่ ทือ หมวกลีสู่ ซึ่งอดีตลีสู่จะใช้ผ้าโพกหัว ภายหลังพัฒนา มาเป็นหมวกเพื่อให้สะดวกต่อการใช้งานแต่ยังคงเอกลักษณ์ประจำชนเผ่าลีสู่ ที่มีสีสันหลากหลายและสวยงาม
12		หมวกแม่เมด เมื่อเศษผ้าที่เหลือจากการตัดเย็บถูกนำมาเย็บต่อกัน จนกลายเป็นหมวกทรงสูงปลายแหลมและได้รับความนิยมจนสามารถสร้างรายได้ส่งจำหน่าย ณ ศูนย์ OTOP เหล่าแม่เมดจึงเริ่มครองเมือง
13		กิมจิ ลีสู่ ผักดองสไตล์ลีสู่ อาหารเคียงคู่ชาวลีสู่ในทุกบ้าน กรรมวิธีแบบดั้งเดิมคงสืบไว้ตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษที่เก็บผักกาด มาบ่มดองไว้ทานได้นานขึ้น

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญา	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
14		เหล่ เซอ เมียะ หางลีซู หรือ พวงหลังของชุดชาติพันธุ์ลีซู เอกลักษณ์ของเครื่องแต่งกายที่สวยงาม พร้อมเปิดสอนวิธีการทำจากปราชญ์ที่มีประสบการณ์การตัดเย็บมากกว่า 20 ปี
15		ลาจี น้ำพริกลีซู เมนูอาหารชนเผ่า หนึ่งในเมนูอาหารที่สืบทอดกันมาตั้งแต่ดั้งเดิมจนกลายเป็นวิถีชีวิตของชาวลีซู
16		ต่อผ้า การต่อผ้าของชาวลีซู ด้วยการใช้วิธีการเย็บด้วยมือ และการสร้างเอกลักษณ์ลวดลาย สี สัน ที่บ่งบอกถึงความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์
17		ฟู่ปู กระเป๋าสะตางค์ที่เกิดจากการทำกิจกรรมย้อมผ้า เอกลักษณ์ลวดลายในกระเป๋าสะตางค์แต่ละใบล้วนแต่มีความงามเฉพาะตัว

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์/ภูมิปัญญา	ข้อมูลผลิตภัณฑ์
18		ชุดลื้อ การตัดเย็บที่ถูกถ่ายทอด และเรียนรู้จากบรรพบุรุษ ที่มีรูปแบบบ่งบอกความเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ลื้อ ผ่านสีเส้นและ ลวดลายได้อย่างมีเอกลักษณ์
19		สร้อยข้อมือชนเผ่า เครื่องประดับตกแต่งที่ทอขึ้นด้วยมือ ตกแต่งด้วย ลูกปัดสีสดใส ก่อให้เกิดแรงดึงดูดสายตาให้ชวนหลงใหลในความงามของผู้สวมใส่
20		ย่าม กระเป๋าย่ามลื้อ เน้นความประณีตค่อนข้างมากทำให้มี คุณสมบัติคงทน มีสีเส้นที่สะดุดตา
21		ทอเกี๊ยะ ผ้าเกี๊ยะ โดยมีเทคนิคการทอผ้าที่ประณีตซึ่งใช้เวลา และวิธีการอาศัยความชำนาญ ตั้งแต่ การปั่นฝ้าย ย้อมสีผ้า จนกระทั่งการทอผ้าเป็นผืน เป็นวิถีชีวิตของผู้หญิงชาวลื้อ
22		มันเทศ มันเทศเป็นหนึ่งในเกษตรกรรมของชุมชนหมู่บ้านไทร งามที่นิยมเพาะปลูกทั้งขายส่งออกและไว้รับประทานภายใน ครัวเรือน

ภูมิปัญญา ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ที่ค้นพบในพื้นที่บริเวณแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง ทั้งในรูปแบบสถานที่ ทรัพยากรทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม อัตลักษณ์ของวิถีชีวิต และกิจกรรมต่างๆของกลุ่มชาติพันธุ์ ที่อยู่ในบริเวณแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง นั้นสามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลนำเข้าสู่ที่ดีสำหรับการใช้ในการสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ นอกจากนั้นแล้ว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถจัดให้มีขึ้นได้ในอนาคตนั้นช่วยให้ทำการคาดเดาถึงลักษณะพฤติกรรมผู้บริโภค หรือคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาใช้ประโยชน์พื้นที่แหล่งพุร้อนในอนาคตได้ สิ่งเหล่านี้สามารถนำไปใช้ในการกำหนดกรอบทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับแหล่งพุร้อนดอยแม่ฮ่อมลอง แหล่งพุร้อนเมืองแปง และพุร้อนไทรงามได้ในลำดับต่อไป

4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและสถานการณ์ของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมสำหรับโครงการวิจัยนี้ เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ซึ่งเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แบบ SWOT analysis โดยทำการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ต่างๆ (ตารางที่ 4-4 - 4-6) ของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง สามารถสรุปได้ดังนี้

ตาราง 4-4 การวิเคราะห์ SWOT น้ำพุร้อนแม่ฮ่อมลอง อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

จุดแข็ง (Strength) (S1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นทั้งทางด้านธรรมชาติ ได้แก่ พุน้ำร้อน ทิวทัศน์ที่สวยงามของภูเขา และนาขั้นบันได ด้านวัฒนธรรม เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ละเวะเป็นต้น (S2) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้หลากหลาย ได้แก่ การอาบน้ำร้อน เส้นทางศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และวิถีชุมชน เป็นต้น (S3) ชุมชนมีความตื่นตัวและพร้อมด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีการอบรมยุวมัคคุเทศก์ให้กับเยาวชนในพื้นที่ (S4) ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวได้เกือบตลอดทั้งปี แต่ที่เหมาะสมที่สุด คือช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์	จุดอ่อน (Weakness) (W1) มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังไม่เพียงพอ เช่น สถานที่พัก ร้านอาหาร การบริการการขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (W2) ชุมชนมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน คือ ทรัพยากรทางธรรมชาติและชาติพันธุ์ แต่ยังไม่ได้นำมาพัฒนาให้เป็นที่รับรู้กับนักท่องเที่ยว (W3) ชุมชนยังขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยว จึงทำให้ยังไม่สามารถพัฒนาต่อยอดในธุรกิจได้
โอกาส (Opportunity) (O1) นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอน เอื้อต่อการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนชาติพันธุ์ (O2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ความสนใจและต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อสร้างรายได้และสร้างงานให้กับชุมชน (O2) บริษัทจัดนำเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีโปรแกรมการเดินทางมาเที่ยวพุน้ำร้อนแม่ฮ่อมลอง ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจ	อุปสรรค (Threat) (T1) ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและการสื่อสารภาพลักษณ์ให้เป็นที่รับรู้กับนักท่องเที่ยว (T2) ที่ตั้งของพุน้ำร้อนและชุมชนอยู่ห่างจากถนนเส้นหลักพอสมควร

ตาราง 4-5 การวิเคราะห์ SWOT พุร้อนเมืองแปง อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

จุดแข็ง (Strength) (S1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นทั้งทางด้านธรรมชาติ ได้แก่ พุร้อน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนที่สูง เช่น การท่องเที่ยววิถีกระเทียมและการเรียนรู้การปลูกถั่ว เป็นต้น (S2) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้หลากหลาย ได้แก่ การอาบน้ำพุร้อน การล่องแก่ง การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรบนที่สูง เป็นต้น (S3) ช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวที่เหมาะสมที่สุดคือช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ (S5) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมีความสดและปราศจากการเจือปนจากรูปแบบการท่องเที่ยวตามวิถีหมาก	จุดอ่อน (Weakness) (W1) ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น สถานที่พัก ร้านอาหาร การบริการการขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น (W2) ชุมชนมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน คือ ทรัพยากรทางธรรมชาติและชาติพันธุ์ แต่ยังไม่ได้นำมาพัฒนาให้เป็นที่รับรู้กับนักท่องเที่ยว เช่น ชาติพันธุ์ วิถีเกษตรบนที่สูง (W3) ชุมชนยังขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยว จึงทำให้ยังไม่สามารถพัฒนาต่อยอดในธุรกิจได้
โอกาส (Opportunity) (O1) นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอนเอื้อต่อการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชาติพันธุ์ และวิถีชีวิตเชิงเกษตร (O2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีนโยบายการส่งเสริมท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อสร้างรายได้และสร้างงานให้กับชุมชน	อุปสรรค (Threat) (T1) ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและการสื่อสารภาพลักษณ์ให้เป็นที่รับรู้กับนักท่องเที่ยว (T2) ที่ตั้งของพุร้อนและชุมชนอยู่ห่างจากถนนเส้นหลักพอสมควร

ตาราง 4-6 การวิเคราะห์ SWOT น้ำพุร้อนไทรงาม อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

จุดแข็ง (Strength) (S1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นทั้งทางด้านธรรมชาติ ได้แก่ พุน้ำร้อน บรรยากาศ ทิวทัศน์ที่งดงามของธรรมชาติที่เป็นป่าโดยรอบ ด้านวัฒนธรรม ได้แก่ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ (S2) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การอาบน้ำพุร้อน เส้นทางการศึกษาธรรมชาติและเรียนรู้พืชสมุนไพรจากปราชญ์ชุมชน การท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์และวิถีชุมชน เส้นทางท่องเที่ยวถ้ำและน้ำตก เป็นต้น (S3) นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมได้ตลอดทั้งปี (S4) เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (S5) นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงพุน้ำร้อนได้ง่าย เนื่องจากอยู่ไม่ห่างจากถนนหลัก และถนนในพื้นที่มีความสะดวกสบายและปลอดภัย (S6) ชุมชนมีความพร้อมในพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยตนเอง เช่น การสร้างกลุ่ม Homestay โครงการฝึกอบรมการท่องเที่ยวให้กับประชาชนในหมู่บ้าน เป็นต้น (S7) มีผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นสินค้าที่ระลึกได้ เช่น ยามชนเผ่า พวงกุญแจ ผ้า เป็นต้น	จุดอ่อน (Weakness) (W1) มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้มาตรฐาน เช่น ห้องน้ำ ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า และร้านอาหาร เป็นต้น (W2) ชุมชนมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน คือ ทรัพยากรทางธรรมชาติและชาติพันธุ์ แต่ยังไม่ได้นำมาพัฒนาให้เป็นที่รับรู้กับนักท่องเที่ยว (W3) ชุมชนยังขาดองค์ความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยว จึงทำให้ยังไม่สามารถพัฒนาต่อยอดในธุรกิจได้
โอกาส (Opportunity) (O1) นโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดแม่ฮ่องสอน เอื้อต่อการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนชาติพันธุ์ (O2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อสร้างรายได้และสร้างงานให้กับชุมชน (O2) บริษัทเจดีทราเวลในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีโปรแกรมการเดินทางมาเที่ยวพุน้ำร้อนไทรงาม ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความสนใจ	อุปสรรค (Threat) (T1) ขาดการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว (T2) ข้อขัดแย้งด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ระหว่างภาครัฐและภาคประชาชน ทำให้ยากต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางกายภาพ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม และสถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยว แบบ SWOT analysis ของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง นั้นทำให้ทราบถึงรายละเอียดด้าน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง ผู้วิจัยจะนำเนื้อหาการวิเคราะห์ในส่วนนี้ไปจัดทำข้อสรุปกลยุทธ์แบบ TOWS metrix เพื่อใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และบริการทางการท่องเที่ยวในบทที่ 5 ต่อไป

4.4 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง

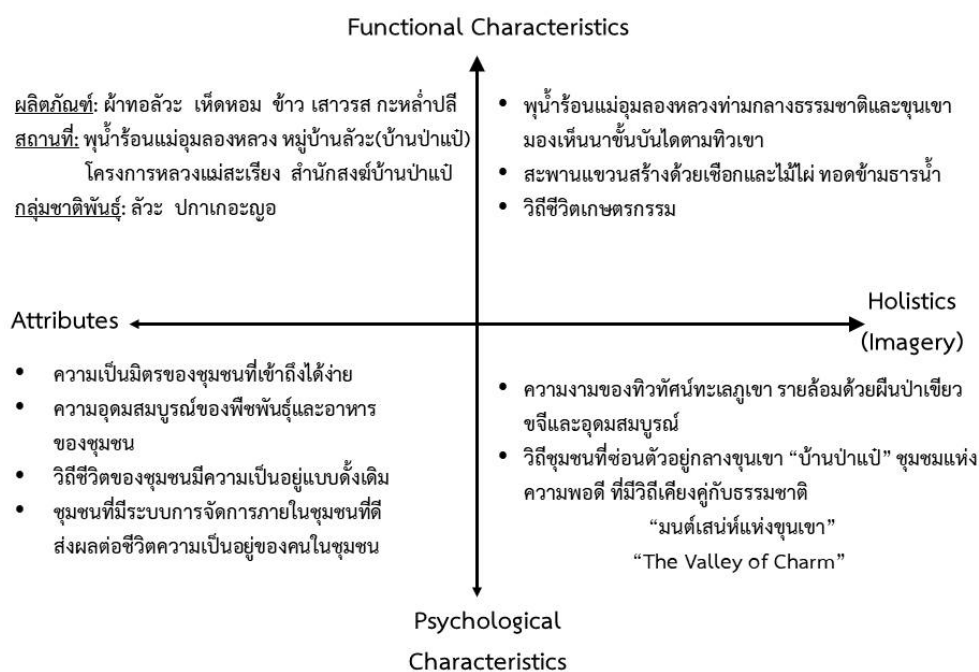
จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพื้นที่พุร้อนแม่ฮ่องสอนและชุมชนโดยรอบพื้นที่พุร้อนสามารถสรุปภาพลักษณ์ที่นำไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ และบริการทางการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

4.4.1 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนแม่ฮ่องสอน ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง

จ. แม่ฮ่องสอน

ภาพลักษณ์สถานที่ “มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา” หรือ “The Valley of Charm”

พุร้อนแม่ฮ่องสอน



แผนภูมิที่ 4-1 แสดงการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนแม่ฮ่องสอน

ตารางที่ 4-7 แสดงการสรุปภาพลักษณ์สถานที่พุร้อนแม่อุ้มลอง

	รูปแบบการท่องเที่ยว		ภาพลักษณ์รวมด้านหน้าที่
	การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	
รายละเอียด ที่นำมาใช้	- แหล่งพุร้อนในหุบเขา - ห้วยแม่สะเรียง - สวนป่าสาละวิน - ทัศนียภาพและธรรมชาติในพื้นที่ เช่น นาขั้นบันได - สะพานเชือกข้ามห้วยแม่สะเรียง หุบเขาที่สลับซับซ้อนและเส้นทางที่คดเคี้ยว	- ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ดั้งเดิม ได้แก่ เลอเวื้อและ ปกาเกอญอ - การทำเกษตรกรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ในหุบเขา - วิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์เลอเวื้อและปกาเกอญอ	พุร้อนแสดงภาพลักษณ์ มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา The Valley of Charm

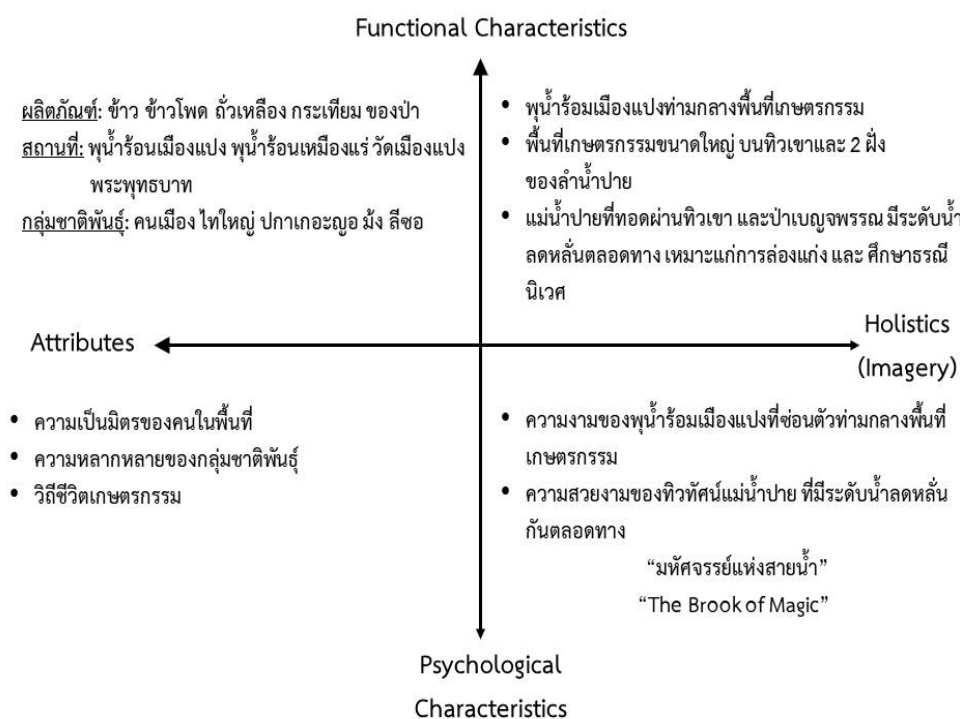
4.4.2 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ. ปาย

จ. แม่ฮ่องสอน

ภาพลักษณ์สถานที่ “มหัศจรรย์แห่งสายน้ำ” หรือ “The Brook of Magic”

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพื้นที่พุร้อนเมืองแปง และชุมชนโดยรอบพื้นที่พุร้อนสามารถสรุปภาพลักษณ์ที่นำไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อนได้ ดังนี้

พุร้อนเมืองแปง



แผนภูมิที่ 4-2 แสดงการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนเมืองแปง

ตารางที่ 4-8 แสดงการสรุปภาพลักษณ์สถานที่พุร้อนเมืองแปง

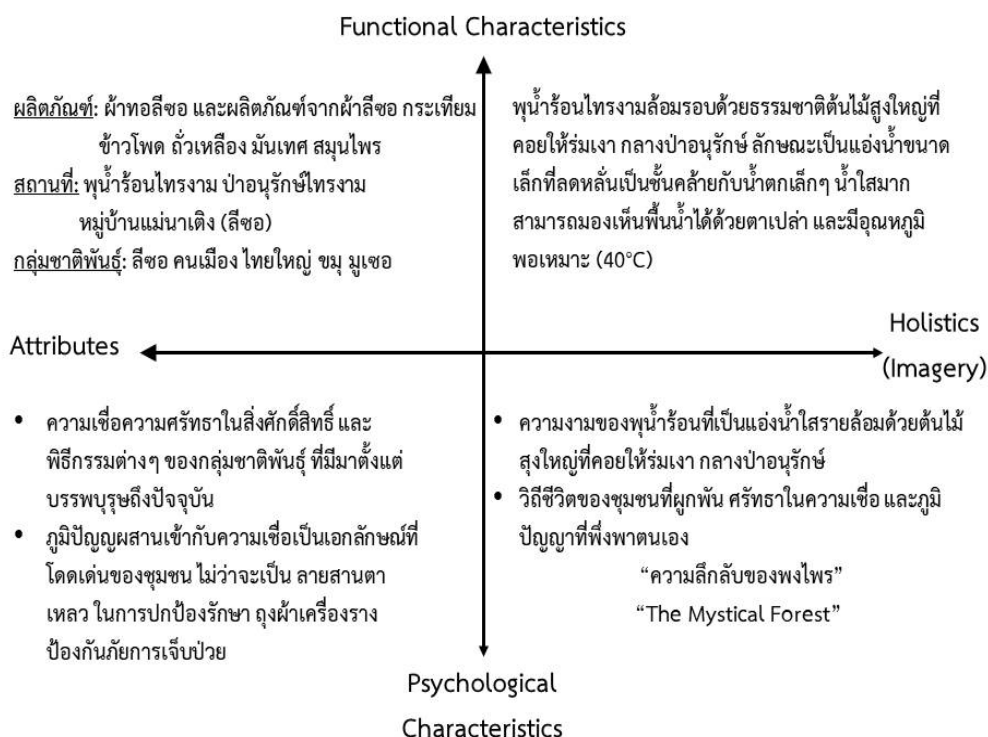
	รูปแบบการท่องเที่ยว			ภาพลักษณ์รวมด้านหน้าที่
	การท่องเที่ยวเชิง ผจญภัย	การท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ	การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม	
รายละเอียด ที่นำมาใช้	- กิจกรรมล่องแก่งแม่น้ำปาย - การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยในพื้นที่ธรรมชาติขนาดใหญ่ เชื่อมโยงป่าสนวัดจันทร์	- ศึกษาธรรมชาติในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าแม่ปาย - การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม - วิถีกระเทียม - วิถีถั่วเหลือง	- วิถีชีวิตเกษตรกรรมชนบท - สถานที่สำคัญ เช่น วัด และพระพุทธรูป - วิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ เช่น ม้งและปกากะญอ	พุร้อนแสดงภาพลักษณ์ มหัศจรรย์แห่งสายน้ำ The Brook of Magic

4.4.3 การวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนไทรงาม ต.แม่นาเติง อ.ปาย

จ. แม่ฮ่องสอน

ภาพลักษณ์สถานที่ “ความลึกลับของพงไพร” หรือ “The Mystical Forest”

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพื้นที่พุร้อนเมืองแปง และชุมชนโดยรอบพื้นที่พุร้อนสามารถสรุปภาพลักษณ์ที่นำไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อนได้ ดังนี้



แผนภูมิที่ 4-3 แสดงการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนไทรงาม

ตารางที่ 4-9 แสดงการสรุปภาพลักษณ์สถานที่พุร้อนไทรงาม (แม่นะ)

	รูปแบบการท่องเที่ยว		ภาพลักษณ์รวมด้านหน้าที่
	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	
รายละเอียดที่นำมาใช้	- การอาบน้ำพุร้อนท่ามกลางธรรมชาติในเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า - การท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติในห้วยคองและห้วยอุ้มอง - ภูมิปัญญาสมุนไพรของกลุ่มชาติพันธุ์ที่ดำรงชีวิตในพื้นที่ป่า	- วิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ที่ดำรงชีวิตในพื้นที่ป่า อาทิ ไทยใหญ่ มูเซอ สีขอและขมุ - วิถีชีวิตการทำเกษตรของกลุ่มชาติพันธุ์ในหุบเขา	พุร้อนแสดงภาพลักษณ์ ความลึกกลับของพงไพร The Mystical Forest

ข้อสรุปด้านภาพลักษณ์สถานที่ ของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่งนี้ จะถูกนำไปเป็น ประเด็นหลัก (Theme) หรือแนวคิดหลัก (Concept) ในการสร้างผลิตภัณฑ์ และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์หลักของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวพุร้อน อันเป็นผลการวิจัยหลักของโครงการวิจัยนี้ และได้นำเสนอในลำดับถัดไป

4.5 ผลการวิจัยและการประยุกต์ใช้แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และ บริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

จากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลทั้งภาคเอกสาร และการเก็บข้อมูลภาคสนาม รวมถึงผลการประชุมกับผู้เกี่ยวข้องและชุมชนในพื้นที่ เพื่อระดมความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อใช้ในการสร้างแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งน้ำพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่คัดเลือกเป็นกรณีศึกษา ได้แก่ 1) พุร้อนแม่อุ้มลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน 2) พุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ.ปาย จ. แม่ฮ่องสอน 3) พุร้อนไทรงาม ต. แม่नाเติง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ตามลำดับดังนี้

4.5.1 ผลการวิจัยตาม วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1

เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

ในการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน นั้น ผู้วิจัยได้ทำการประเมิน และวิเคราะห์สถานการณ์ สภาวะแวดล้อม ทางกายภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้มาจัดใส่ตาราง SWOT Analysis ปัจจัยต่างๆในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด และได้แปลงข้อมูลเหล่านั้นลงในตาราง TOWS Metrix เพื่อให้ได้ข้อสรุปเชิงกลยุทธ์ จากนั้นได้นำข้อสรุปที่ได้เข้าประชุมกับผู้เกี่ยวข้องและชุมชนในพื้นที่ เพื่อระดมความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถสรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสม สำหรับพุร้อนในพื้นที่ศึกษา ทั้ง 3 แหล่ง โดยสรุปเป็นเชิงยุทธศาสตร์ แบบ TOWS Metrix ได้ดังนี้

1. รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว พุน้ำร้อนแม่อุ้มลอง อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

1.1 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงรุก (SO Strategy) พุน้ำร้อนแม่อุ้มลอง

- 1) จัดทำให้มีบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่ามกลางขุนเขา สำหรับพุน้ำร้อนแม่อุ้มลอง
- 2) จัดทำให้มีบริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เชื่อมโยงวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น เรียนรู้เรื่องชีวิตวัฒนธรรม การทอผ้าลัวะ เรียนรู้เกษตรปลอดภัย โดยมีมัคคุเทศน์เป็นคนในชุมชน
- 3) สร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในชุมชน สินค้าส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงสินค้าแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิต และใช้วัตถุดิบในชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร

1.2 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน (ST Strategy) พุน้ำร้อนแม่อุ้มลอง

- 1) ให้ความรู้แก่คนในชุมชน ถึงการจัดการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และเชิงประสบการณ์ ที่เน้นวิถีชีวิตเกษตรปลอดภัย และวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์
- 2) ส่งเสริมการตลาดด้วยภาพลักษณ์ของวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม และอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์
- 3) ทำช่องทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและสื่อสารภาพลักษณ์ให้เป็นที่รับรู้แก่นักท่องเที่ยว

1.3 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข (WO Strategy) พุน้ำร้อนแม่อุ้มลอง

- 1) วางแผนและสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนเพื่อให้ชุมชนได้เกิดการเรียนรู้ในการจัดการ หรือสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง
- 2) ให้ความรู้เรื่องการตลาดออนไลน์แก่ชุมชน เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและสื่อสารภาพลักษณ์ให้เป็นที่รับรู้กับนักท่องเที่ยว

1.4 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงรับ (WT Strategy) พุน้ำร้อนแม่อุ้มลอง

- 1) จัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน และ ติดตั้งระบบป้ายสัญลักษณ์ ที่สามารถสื่อสารข้อมูล ที่เกี่ยวข้องภายในพุน้ำร้อน และ ให้ความรู้ถึงข้อควรปฏิบัติในการใช้น้ำพุร้อน
- 2) ทำการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและสื่อสารภาพลักษณ์ให้เป็นที่รับรู้แก่นักท่องเที่ยว

2. รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว พุร้อนเมืองแปง

อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

2.1 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงรุก (SO Strategy) พุร้อนเมืองแปง

- 1) จัดทำให้มีบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ สปา สำหรับพุร้อนเมืองแปง
- 2) จัดทำให้มีบริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เชื่อมโยงวิถีชีวิตเชิงเกษตรที่สูงและกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีกระเทียม และวิถีถั่วเหลืองในชุมชน กับการท่องเที่ยว
- 3) สร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในชุมชน สินค้าส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงสินค้าแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิต และใช้วัตถุดิบในชุมชน

2.2 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน (ST Strategy) พุร้อนเมืองแปง

- 1) จัดการถ่ายทอดความรู้ต่างๆ ให้แก่ชุมชน สร้างความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน รับทราบ ข้อตกลงร่วมกัน ถึงแนวทางการใช้ประโยชน์จากน้ำร้อน ในการอุปโภค บริโภค เกษตรกรรม และกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 2) ทำช่องทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและสื่อสารภาพลักษณ์ให้เป็นที่รับรู้แก่นักท่องเที่ยว

2.3 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข (WO Strategy) พุร้อนเมืองแปง

- 1) จัดทำให้มีบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ สปา สำหรับพุร้อนเมืองแปง
- 2) จัดทำให้มีบริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เชื่อมโยงวิถีชีวิตเชิงเกษตรที่สูงและกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น เชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยววิถีกระเทียม และวิถีถั่วเหลืองในชุมชน กับการท่องเที่ยว
- 3) สร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในชุมชน สินค้าส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงสินค้าแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิต และใช้วัตถุดิบในชุมชน

2.4 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงรับ (WT Strategy) พุร้อนเมืองแปง

- 1) เพื่อให้เกิดสุขลักษณะที่ดี เหมาะสมกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรจัดทำระบบการจัดการน้ำใหม่ ด้วยการจัดทำบ่อแม่ และบ่อลูก เพื่อแยกน้ำที่ใช้ออกจากน้ำที่ใช้ในการแช่อาบ หรือในการเกษตรกรรม พร้อมทั้งจัดการระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงทางระบายน้ำปกติ และเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่คนในชุมชนว่าการจัดการเพื่อใช้ประโยชน์ของน้ำพุร้อนเพื่อการเกษตรและการท่องเที่ยว จะเป็นไปอย่างสมดุล
- 2) จัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก และ ติดตั้งระบบป้ายสัญลักษณ์ ที่สามารถสื่อสารข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับภายในพุร้อน และ ให้ความรู้ถึงข้อควรปฏิบัติในการใช้น้ำพุร้อน

3. รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว น้ำพุร้อนไทรงาม

อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน

3.1 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงรุก (SO Strategy) น้ำพุร้อนไทรงาม

- 1) จัดทำให้มีบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่ามกลางธรรมชาติและป่าอนุรักษ์ สำหรับพุน้ำร้อนไทรงาม
- 2) จัดทำให้มีบริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เชื่อมโยงวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น เรียนรู้เรื่องการทอผ้า ลีซู การใช้ชีวิตในวิถีธรรมชาติ การเดินป่า ดูนก น้ำตก ล่องแก่งด้วยแพไม้ไผ่ โดยมีมัคคุเทศน์เป็นคนในชุมชน
- 3) สร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในชุมชน สินค้าส่งเสริมการท่องเที่ยว สินค้าแปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตรที่ผลิต และใช้วัตถุดิบในชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร ที่มีกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน เนื่องจากปัจจุบันหมู่บ้านลีซู ที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง พุน้ำร้อนไทรงามนั้น ยังไม่มีไฟฟ้าเข้าถึง

3.2 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงป้องกัน (ST Strategy) น้ำพุร้อนไทรงาม

- 1) ส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับการพักผ่อน พร้อมๆ กับการเรียนรู้ร่วมกัน และตระหนักถึงสภาพแวดล้อมในเขตป่าอนุรักษ์
- 2) ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และคนในชุมชน ถึงการจัดการการท่องเที่ยวที่เกื้อหนุนการอนุรักษ์ป่า เนื่องจากพุน้ำร้อนไทรงามอยู่ในเขตป่าอนุรักษ์
- 3) ทำช่องทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและสื่อสารภาพลักษณ์ให้เป็นที่รับรู้แก่นักท่องเที่ยว

3.3 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงแก้ไข (WO Strategy) น้ำพุร้อนไทรงาม

- 1) วางแผนและสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนเพื่อให้ชุมชนได้เกิดการเรียนรู้ในการจัดการ หรือสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง
- 2) ให้ความรู้เรื่องการตลาดออนไลน์แก่ชุมชน เพื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและสื่อสารภาพลักษณ์ให้เป็นที่รับรู้กับนักท่องเที่ยว

3.4 ประเด็นยุทธศาสตร์เชิงรับ (WT Strategy) น้ำพุร้อนไทรงาม

- 1) สร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เกื้อหนุนการอนุรักษ์ป่า เนื่องจากพุน้ำร้อนไทรงามอยู่ในเขตป่าอนุรักษ์

- 2) เพื่อให้เกิดสุขลักษณะที่ดี เหมาะสมกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรจัดทำระบบการจัดการน้ำใหม่ ด้วยการจัดทำบ่อแม่ และบ่อลูก เพื่อแยกน้ำที่ใช้ออกจากน้ำที่ใช้ในการแช่อาบ หรือในการเกษตรกรรม พร้อมทั้งจัดการระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงทางระบายน้ำปกติและเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่คนในชุมชนว่าการจัดสรรการใช้ประโยชน์ของน้ำพุร้อนเพื่อการเกษตรและการท่องเที่ยว จะเป็นไปอย่างสมดุล
- 3) จัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน และ ติดตั้งระบบป้ายสัญลักษณ์ ที่สามารถสื่อสารข้อมูล ที่เกี่ยวข้องภายในพุร้อน และ ให้ความรู้ถึงข้อควรปฏิบัติในการใช้น้ำพุร้อน

4.5.2 ผลการวิจัยตาม วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2

เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ในส่วนนี้เป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งในภาคเอกสาร และข้อมูลภาคสนามที่ทำการศึกษถึงข้อมูลสภาพทั่วไป และข้อมูลเชิงลึก อาทิ ลักษณะทางกายภาพของแหล่งพุร้อน กิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งรูปแบบกิจกรรมที่มีอยู่แล้ว และรูปแบบกิจกรรมที่ควรจัดให้มีขึ้น อันเป็นผลการวิจัยที่ได้จากวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และผลการวิจัยในพื้นที่ที่เป็นข้อมูลด้านวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญา รวมถึงทัศนคติของคนในชุมชนเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากร ธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งในส่วนนี้เป็นการรายงานผลการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพพุร้อนในพื้นที่ศึกษา ทั้ง 3 แหล่ง ได้แก่ พุร้อนเมืองแปง พุร้อนไทรงาม และพุร้อนแม่อุมลอง โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของชุมชนพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง เพื่อนำมาใช้กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือจุดขายของแหล่งพุร้อน และนำไปใช้เป็นแนวทางกำหนดกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพให้เหมาะสมกับแหล่งพุร้อนแต่ละแหล่งต่อไป ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีเรื่องภาพลักษณ์สถานที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการวางแผนกำหนดทิศทางการออกแบบ เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้กับแต่ละสถานที่ได้ จึงต้องทำการลงพื้นที่เพื่อประเมินภาพลักษณ์สถานที่ โดยเลือกใช้เกณฑ์การวัดของ Echtner และ Ritchie (1991) ซึ่งประกอบด้วยภาพลักษณ์ด้านหน้าที่ (Functional Characteristics) ซึ่งตรงข้ามกับภาพลักษณ์ด้านจิตวิทยา (Psychological Characteristics) ภาพลักษณ์ตามรายละเอียด (Attributes) ซึ่งตรงข้ามกับภาพลักษณ์รวม (Holistic) และภาพลักษณ์ทั่วไป (Common) ซึ่งตรงข้ามกับลักษณะเด่น (Unique)

1. ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพื้นที่พุร้อนแม่อุ้มลองและชุมชนโดยรอบพื้นที่พุร้อน สามารถสรุปภาพลักษณ์ที่นำไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1.1 ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง ต.ป่าแป๋ อ.แม่สะเรียง จ.แม่ฮ่องสอน

ภาพลักษณ์สถานที่ “มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา” หรือ “The Valley of Charm”

จากผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนแม่อุ้มลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน ด้วยหลักเกณฑ์การประเมินภาพลักษณ์สถานที่ของ Echtner และ Ritchie (1991) ซึ่งประกอบด้วยการประเมิน สามารถสรุปภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนแม่อุ้มลอง แสดงภาพลักษณ์สถานที่คือ “มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา” หรือ “The Valley of Charm”

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนแม่อุ้มลอง สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นโจทย์การออกแบบ (Design Brief) เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม โดยใช้วัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ให้สื่อสารถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้ ซึ่งภาพลักษณ์สถานที่ที่ได้นั้นได้นำมากำหนดอารมณ์ความรู้สึก (Mood Board) และได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวของพุร้อนแม่อุ้มลอง เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว และนิยมให้บุตรหลานได้เรียนรู้วิถีชีวิตในธรรมชาติ ดังภาพที่ 5 และนำมาออกแบบตราสัญลักษณ์ของแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง



ภาพที่ 4-32 แสดงอารมณ์ความรู้สึกและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ของแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง

ตารางที่ 4-10 แสดงแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์พุร้อนแม่อุ้มลอง

ตราสัญลักษณ์	อัตลักษณ์ของชุมชนพุร้อนแม่อุ้มลอง
	“ มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา ” The Valley of Charm
	แนวคิดทางการออกแบบ
	แนวคิดทางการออกแบบคือการนำอัตลักษณ์ต่างๆ ที่เป็นสัญลักษณ์เชิงการท่องเที่ยวของแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง มาใช้ร่วมในตราสัญลักษณ์เดียวกัน อาทิ ลายผ้าทออัตลักษณ์ของชนเผ่าละว้า โครงสร้างหลังคาที่แสดงความเป็นหมู่บ้านและชุมชน รวมถึงรูปร่างและสีของต้นข้าว ที่แสดงถึงนาข้าวแห่งแรก เป็นต้น นำมาผสมผสานกันในงานกราฟิกในตราสัญลักษณ์ เพื่อบ่งบอกความเป็นพุร้อนแม่อุ้มลองที่โอบล้อมด้วยต้นไม้อายุเก่าแก่และลักษณะเด่นของวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ในพื้นที่ ในภาพรวมที่ดูเรียบง่ายเป็นอัตลักษณ์และจดจำได้ง่าย ตัวอักษรที่เลือกมาใช้กับตราสัญลักษณ์เป็นตัวอักษรที่อ่านง่าย มีความเป็นมิตร และผ่อนคลาย

1.2 ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง ต.เมืองแปง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน

ภาพลักษณ์สถานที่ “มหัศจรรย์แห่งสายน้ำ” หรือ “The Brook of Magic”

จากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพื้นที่พุร้อนเมืองแปง และชุมชนโดยรอบพื้นที่พุร้อน สามารถสรุปภาพลักษณ์ที่นำไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว ของพุร้อนเมืองแปง คือ “มหัศจรรย์แห่งสายน้ำ” หรือ “The Brook of Magic”

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนเมืองแปง สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นโจทย์การออกแบบ (Design Brief) เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม โดยใช้วัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ให้สื่อสารถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้ ซึ่งภาพลักษณ์สถานที่ที่ได้นั้นได้นำมากำหนดอารมณ์ความรู้สึก (Mood Board) และได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวของพุร้อนเมืองแปง เป็นกลุ่มเพื่อนที่นิยมการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะดังภาพที่ 6 และนำมาออกแบบตราสัญลักษณ์พุร้อนเมืองแปง



ภาพที่ 4-33 แสดงอารมณ์ความรู้สึก และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง

ตารางที่ 4-11 แสดงแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์พุร้อนแม่เมืองแปง

ตราสัญลักษณ์	อัตลักษณ์ของชุมชนพุร้อนเมืองแปง
	“ มหัศจรรย์แห่งสายน้ำ ” The Brook of Magic
	แนวคิดทางการออกแบบ
	แนวทางการออกแบบคือการนำอัตลักษณ์ต่างๆ ที่เป็นสัญลักษณ์เชิงการท่องเที่ยวของแหล่งพุร้อนเมืองแปง มาใช้รวมในตราสัญลักษณ์เดียวกัน อาทิ แม่น้ำปายที่บ่งบอกวิถีชีวิตของคนเมืองแปง การทำเกษตรกรรมไร่ถั่วเหลืองไร้กระเทียมซึ่งเป็นวิถีเกษตรบนที่สูง ที่ทำกันมาอย่างยาวนานจากรุ่นสู่รุ่น และเป็นหัวใจหลักของชุมชน ลักษณะเด่นของพุร้อนเมืองแปงที่มีความร้อนสูงถึง 95 องศา ทิวทัศน์ภูเขาคือ เป็นต้น ที่นำมาผสมผสานกันในงานกราฟิกโดยให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ในภาพรวมที่ดูเรียบง่ายเป็นอัตลักษณ์ของพื้นถิ่นและจดจำได้ง่าย ตัวอักษรที่เลือกมาใช้กับตราสัญลักษณ์เป็นตัวอักษรที่อ่านง่าย มีความเป็นมิตร และผ่อนคลาย

1.3 ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนไทรงาม ต.แม่นาเต็ง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน

ภาพลักษณ์สถานที่ “ความลึกลับของพงไพร” หรือ “The Mystical Forest”

จากผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่พุร้อนไทรงาม ต. แม่นาเต็ง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน ด้วยหลักเกณฑ์การประเมินภาพลักษณ์สถานที่ของ Echtner และ Ritchie (1991) สามารถสรุปภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนไทรงาม ได้ว่าเป็น “ความลึกลับของพงไพร” หรือ “The Mystical Forest”

ผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนไทรงาม สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นโจทย์การออกแบบ (Design Brief) เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม โดยใช้วัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ให้สื่อสารถึงอัตลักษณ์ของชุมชนได้ ซึ่งภาพลักษณ์สถานที่ที่ได้นั้นได้นำมากำหนดอารมณ์ความรู้สึก (Mood Board) และได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวของพุร้อนไทรงาม เป็นกลุ่มคู่รัก ที่ชอบสถานที่ส่วนตัว สวยงาม เน้นการใช้เวลาพักผ่อน ดื่มด่ำบรรยากาศที่สวยงามรอบตัวร่วมกัน ดังภาพที่ 7 และการออกแบบตราสัญลักษณ์ของพุร้อนไทรงาม



ภาพที่ 4-34 แสดงอารมณ์ความรู้สึก และกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ของแหล่งพุร้อนไทรงาม

ตารางที่ 4-12 แสดงแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์พุร้อนไทรงาม

ตราสัญลักษณ์	อัตลักษณ์ของชุมชนพุร้อนไทรงาม
	“ ความลึกซึ้งของพงไพร ” The Mystical Forest
	แนวคิดทางการออกแบบ
	แนวคิดทางการออกแบบคือการนำอัตลักษณ์ต่างๆ ที่เป็นสัญลักษณ์เชิงการท่องเที่ยวของแหล่งพุร้อนไทรงาม มาใช้ร่วมในตราสัญลักษณ์เดียวกัน อาทิ ดินยาคู่หน้ทางเข้าหมู่บ้านไทรงาม ลักษณะของพุร้อนไทรงามที่เป็นน้ำตกเป็นชั้นเล็กๆ 3 ชั้น ความเชื่อในเครื่องจักสานที่ทำจากไม้ไผ่ภาษาชวเรียกว่า บูผือซัว หรือ ลายตะเหลว เป็นต้น นำมาผสมผสานกันในงานกราฟิกโดยให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ในภาพรวมสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านไทรงามและพุร้อนไทรงามที่ผูกพันกันอย่างช้านานท่ามกลางต้นไม้ใหญ่ที่ปกคลุมรอบๆพื้นที่ ตัวอักษรที่เลือกมาใช้กับตราสัญลักษณ์เป็นตัวอักษรที่อ่านง่าย มีความเป็นมิตร และผ่อนคลาย

2. ผลิตรายณ์ท์และกิจกรรมการท่องเียะเชิงสุขภาพของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง

2.1 ผลิตรายณ์ท์และกิจกรรมการท่องเียะเชิงสุขภาพพุร้อนแม่่อมลอง

จากสนามบินแม่่อมลอง ระยะทางประมาณ 200 กิโลเมตร หากมาจากสนามบินเชียงใหม่ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 108 จาก อ.เมืองเชียงใหม่ ผ่าน อ.ฮอด และเลี้ยวขวาที่แยกบ่อน้ำร้อนแม่่อมลอง และตามเส้นทางไปอีกประมาณ 30 กิโลเมตร จนถึงบ้านป่าแป๋ (มีป้ายบอกทางเป็นระยะ) รวมระยะทางประมาณ 210 กิโลเมตร ผลิตรายณ์ท์และกิจกรรมการท่องเียะเชิงสุขภาพพุร้อนแม่่อมลองนั้น แนะนำให้นักท่องเียะใช้เวลา 2 วัน สำหรับการท่องเียะภายในพื้นที่ ดังแสดงในตารางที่ 4-13 และ 4-14

ตารางที่ 4-13 แสดงรายละเอียดกิจกรรมการท่องเียะเชิงสุขภาพพุร้อนแม่่อมลอง วันที่ 1

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตรายณ์ท์
8.30 น. – 10.00 น. 40 กม. ใช้ระยะเวลา 1 ชั่วโมง. 30 นาที	แผนที่ท่องเียะชุมชนบ้านป่าแป๋สำหรับนักท่องเียะ บอกกิจกรรมและเส้นทางสถานที่ท่องเียะภายในหมู่บ้านป่าแป๋	 

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
10.00 น. – 10.15 น.	เมื่อถึงบ้านป่าแป๋ นำสัมภาระกระเป๋าดูหนังเดินทางเก็บเข้าที่พัก โฮมสเตย์ของหมู่บ้านป่าแป๋ โฮมสเตย์ของบ้านป่าแป๋ที่มีทั้งหมด 8 หลัง ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเข้าถึงชุมชนได้อย่างใกล้ชิด	 โฮมสเตย์หมู่บ้านละเวือะ บ้านละเวือะเป็นบ้านไม้สักโบราณที่มีอายุกว่า 100 ปี ตั้งอยู่ในพื้นที่ป่าเขาที่สวยงาม มีอากาศเย็นสบายและอากาศบริสุทธิ์ เป็นสถานที่ที่เหมาะสำหรับการพักผ่อนและสัมผัสวิถีชีวิตของชาวละเวือะ
10.15 – 10.30 น.	เยี่ยมชมศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของชาติพันธุ์ละเวือะ ซึ่งภายในบ้านเป็นที่อยู่อาศัยในอดีตของชาวละเวือะ มีการจำลองวิถีชีวิตความเป็นอยู่ในอดีตของชาวละเวือะ ทั้งรูปแบบที่อยู่อาศัยภายในบ้าน ภาชนะต่างๆ ที่ใช้ในอดีตที่หาชมได้ยาก เครื่องดนตรี ศิลปะวัฒนธรรม พิธีกรรมต่างๆ	 บ้านละเวือะ
10.30 – 11.00 น.	ธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย บ้านป่าแป๋นั้นยังเป็นที่ตั้งสำคัญของ “ธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย” โดยพ่อหลวงผู้นำชุมชนคนเก่า ได้เล่าเรื่องราวธนาคารข้าวแห่งนี้ได้จัดตั้งขึ้นในปี 2513 ซึ่ง “ในหลวงรัชกาลที่ 9” ได้ทรงมีพระเมตตาต่อชาวบ้าน ซึ่งเดิมนั้นการกินอยู่เป็นไปอย่างยากลำบาก จากการเพาะปลูกข้าวที่ได้ผลผลิตไม่ค่อยดีไม่เป็นไปตามที่คาดการณ์ โดยพระองค์ทรงพระราชทานเงินส่วนพระองค์ช่วยเหลือทางชุมชน 20,000 บาท	 ธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย ธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย เป็นโครงการที่ริเริ่มโดยพ่อหลวงผู้นำชุมชนคนเก่า เพื่อช่วยเหลือชาวบ้านที่ประสบปัญหาการขาดแคลนอาหาร โดยการนำข้าวที่เก็บเกี่ยวแล้วมาฝากธนาคาร และเมื่อต้องการใช้ก็สามารถนำข้าวไปถอนได้

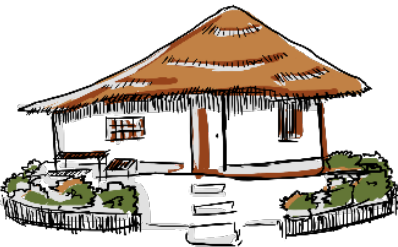
ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
11.00 – 11.45 น. 	กราบไหว้ขอพร ณ สำนักสงฆ์บ้านป่าแป๋ ซึ่งเป็นสำนักสงฆ์เพียงแห่งเดียวในหมู่บ้าน ที่เป็นสถานที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวบ้าน ตั้งอยู่บนพื้นที่สูงสุด มองลงมาเบื้องล่างเห็นหมู่บ้านป่าแป๋ มีพระอุโบสถแบบศิลปะล้านนาที่มีลวดลายแกะสลักรอบอุโบสถอ่อนช้อย ภายในมีพระพุทธรูปหินอ่อนสีขาว	 สำนักสงฆ์บ้านป่าแป๋ สำนักสงฆ์บ้านป่าแป๋ ตั้งอยู่ริมลำน้ำแม่ป๋าย เป็นสถานที่ปฏิบัติธรรมของชาวบ้านในชุมชนบ้านป่าแป๋ มีพระอุโบสถแบบล้านนาที่สวยงามและมีความหมายสำคัญต่อชุมชนบ้านป่าแป๋
11.45 – 13.00 น. 	รับประทานอาหารพื้นบ้านฉบับชาวละเวือะ และพักผ่อนตามอัธยาศัย	 อาหารพื้นบ้านของชาวละเวือะ มีทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน ซึ่งมีความหมายสำคัญต่อชุมชนบ้านป่าแป๋
13.00 น. – 13.45 น. 	กิจกรรมทอผ้าทอละเวือะ นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกรรมวิธีการย้อมผ้าจากสีธรรมชาติ ตลอดจนกระบวนการทอผ้า การทอผ้าของชาวละเวือะจะเป็นหน้าที่ของผู้หญิงชาวละเวือะเป็นคนดูแลเครื่องนุ่งห่ม ผ้าทอนั้นจะใช้สีธรรมชาติในการย้อมผ้า สกัดจากต้นไม้ในท้องถิ่น เช่น เปลือกต้นว่า (โคะยังยัด) ให้ซึ่งจะได้สีแดง ทักทอมือเป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มและกระเป๋าย่าม เพื่อใช้สวมใส่ในการดำเนินชีวิตและกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน	 กลุ่มทอผ้าทอละเวือะ กลุ่มทอผ้าทอละเวือะ มีทั้งผ้าทอสีธรรมชาติและผ้าทอสีเคมี ซึ่งมีความหมายสำคัญต่อชุมชนบ้านป่าแป๋
13.45 น. – 14.15 น. 	จุดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP บ้านป่าแป๋ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านป่าแป๋ผลิตโดยกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านป่าแป๋ ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ ได้แก่ กระเป๋าย่าม เสื้อผ้า ผ้าทอมือ	 จุดขายของผ้าทอจากหมู่บ้าน จุดขายของผ้าทอจากหมู่บ้าน เป็นสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP ของชุมชนบ้านป่าแป๋

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
14.15 – 14.45 น. 	กลุ่มเพาะเห็ดหอมเรียนรู้วิธีการเกษตรในครัวเรือนชุมชนหมู่บ้านป่าแป๋ ชุมชนมีการเพาะเห็ดหอมเพื่อขายส่งออกและยังมีการแปรรูปเห็ดหอมทำเป็นอาหาร เช่น น้ำพริกเห็ดหอม ผัดเห็ดหอม เห็ดหอมของที่นี่มีรสชาติอร่อย สด ใหม่ และปลอดสารเคมี	 กลุ่มเพาะเห็ดหอม กลุ่มเพาะเห็ดหอมในครัวเรือนชุมชนหมู่บ้านป่าแป๋ จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพาะเห็ดหอมเพื่อขายส่งออกและยังมีการแปรรูปเห็ดหอมทำเป็นอาหาร เช่น น้ำพริกเห็ดหอม ผัดเห็ดหอม เห็ดหอมของที่นี่มีรสชาติอร่อย สด ใหม่ และปลอดสารเคมี
15.00	พักผ่อนตามอัธยาศัย	
15.30 น. – 16.45 น. 7 กม. ใช้เวลาประมาณ 20 นาที 	ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง ปัจจุบันศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง ส่งเสริมอาชีพเกษตรกรในการเพาะปลูกพืชผัก ไม้ผล ภายใต้ระบบมาตรฐานอาหารปลอดภัย ได้แก่ ระบบการเพาะปลูกที่ดี (GAP) รวมทั้งส่งเสริมการปลูกพืชไร่ ผลิตผล ได้แก่ คมน้ำฮองกง เบบี๋คอส เบบี๋ฮองเต้ ไ้คิลิฟแดง ไ้คิลิฟเขียว เรดโครอล บัตเตอร์เฮด พริกหวานเขียว คอสสลัด ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก ผักกาดขาวปลี ขึ้นฉ่าย ปวยเล้ง ฟักทองญี่ปุ่นและฟักทองสีส้ม กะหล่ำปลีหัวใจ ถั่วแดงหลวง ข้าวไร่ ข้าวนาดำ อาโวคาโด เคพกูสเบอร์รี่ เสาวรส มัลเบอร์รี่ มะม่วง กาแฟอาราบิก้า	 ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง เป็นศูนย์พัฒนาโครงการหลวงที่สร้างขึ้นโดยความร่วมมือของกรมการเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดแม่ฮ่องสอน และกรมการเกษตรและสหกรณ์ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อดำเนินการส่งเสริมอาชีพเกษตรกรในโครงการหลวงแม่สะเรียง โดยเน้นการส่งเสริมการปลูกพืชผัก ไม้ผล ภายใต้ระบบมาตรฐานอาหารปลอดภัย (GAP) และส่งเสริมการปลูกพืชไร่ ผลิตผล ได้แก่ คมน้ำฮองกง เบบี๋คอส เบบี๋ฮองเต้ ไ้คิลิฟแดง ไ้คิลิฟเขียว เรดโครอล บัตเตอร์เฮด พริกหวานเขียว คอสสลัด ฟิลเลย์ไอซ์เบิร์ก ผักกาดขาวปลี ขึ้นฉ่าย ปวยเล้ง ฟักทองญี่ปุ่นและฟักทองสีส้ม กะหล่ำปลีหัวใจ ถั่วแดงหลวง ข้าวไร่ ข้าวนาดำ อาโวคาโด เคพกูสเบอร์รี่ เสาวรส มัลเบอร์รี่ มะม่วง กาแฟอาราบิก้า
18.00 น. 	รับประทานอาหารพื้นบ้านฉบับชาวละเวะ	 รับประทานอาหารพื้นบ้านฉบับชาวละเวะ รับประทานอาหารพื้นบ้านฉบับชาวละเวะ ซึ่งประกอบด้วยผักสดและผลไม้สด เช่น ผักกาดขาวปลี ขึ้นฉ่าย ปวยเล้ง ฟักทองญี่ปุ่นและฟักทองสีส้ม กะหล่ำปลีหัวใจ ถั่วแดงหลวง ข้าวไร่ ข้าวนาดำ อาโวคาโด เคพกูสเบอร์รี่ เสาวรส มัลเบอร์รี่ มะม่วง กาแฟอาราบิก้า

ตารางที่ 4-14 แสดงรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนแม่ฮ่อมลอง วันที่ 2

ระยะเวลากิจกรรม	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
06.00 น. 	ตักบาตรเข้ากับชาวละโว้	
06.30 น. 	เดินออกเล่นรอบหมู่บ้านพร้อมสัมผัสบรรยากาศเช้าแสนสดชื่น จุดชมนาขั้นบันไดบ้านป่าแป๋ คือเสน่ห์อันเรียบง่ายของวิถีการดำเนินชีวิตอยู่กินตามครรลองของธรรมชาติ ลงนาเมื่อฝน เก็บเกี่ยวเมื่อเข้าหน้าหนาว ชาวบ้านที่นี่ยังรักษาประเพณีพิธีกรรมดั้งเดิมไว้ได้อย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการไหว้ผีบรรพบุรุษ ไหว้เจ้าที่เจ้าทาง พิธีเลี้ยงผีให้ช่วยดูแลข้าว ทำขวัญข้าวหลังเก็บเกี่ยว เลี้ยงผีประจำหมู่บ้านก่อนกินข้าวใหม่ร่วมกัน ทุกความเชื่อล้วนสืบทอดต่อกันมาเพื่อรักษาวิถีการผลิตแบบพอเพียง พึ่งพาดินน้ำป่าอันเป็นทรัพยากร ต้นน้ำ เชื่อมโยงวัฒนธรรม ภาษาและอาหารพื้นถิ่น กลายเป็นจุดหมายที่หลายคนอยากมาเรียนรู้ร่วมกัน	จุดชมวิวนาขั้นบันได พื้นที่นาขั้นบันไดบ้านป่าแป๋เป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่มีลักษณะเป็นขั้นบันไดตามไหล่เขาที่สวยงามและมีความสำคัญทางวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก พื้นที่นาขั้นบันไดบ้านป่าแป๋เป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่มีลักษณะเป็นขั้นบันไดตามไหล่เขาที่สวยงามและมีความสำคัญทางวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก พื้นที่นาขั้นบันไดบ้านป่าแป๋เป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่มีลักษณะเป็นขั้นบันไดตามไหล่เขาที่สวยงามและมีความสำคัญทางวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก 

ระยะเวลากิจกรรม	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
07.00 น. 	ชมปลาอนุรักษของท้องถิ่นลำห้วยแม่อมลานในหมู่บ้านแป้ มีการอนุรักษ์ปลาสายพันธุ์ ปลาพลวง ซึ่งแหวกว่ายไปมาในลำห้วยเป็นจุดชมวิวอีกจุดสำหรับนักท่องเที่ยว	
08.00 น. 	รับประทานอาหารพื้นบ้านฉบับชาวละเวือะ	
09.00 น. 19 กม. เวลาประมาณ 35 นาที	ออกเดินทางไปยังพุร้อนแม่อุ้มลอง	
09.40 น. 	ข้ามสะพานข้ามแม่น้ำแม่สะเรียงชมวิวบรรยายถ่ายรูปบริเวณสะพานก่อนเข้าสู่พุร้อนแม่อุ้มลอง	

ระยะเวลากิจกรรม	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
10.00 น.	เมื่อเข้ามายังพุร้อนแม่อุ้มลองมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสำหรับติดต่อสอบถามและอำนวยความสะดวกหากเหตุฉุกเฉินแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาพักผ่อนและเที่ยวชมสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ได้	แผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนแม่อุ้มลองสำหรับนักท่องเที่ยว โดยบอกข้อมูลบอกเส้นทางและกิจกรรมสถานที่ท่องเที่ยวบริเวณภายในพุร้อนแม่อุ้มลอง  
10.10 น. 	หากต้องการที่พักแบบส่วนตัวนักท่องเที่ยวสามารถติดต่อทางศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแม่อุ้มลองได้ หรือต้องการพักผ่อนท่ามกลางบรรยากาศที่โอบล้อมไปด้วยธรรมชาติมีการจัดสรรบริเวณพื้นที่ไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการพักผ่อนแบบตั้งแคมป์ กางเต็นท์	 

ระยะเวลากิจกรรม	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
  	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยว พุร้อนแม่อุ้มลอง เส้นทางที่ 1 1. บ่อแช่เท้า / พื้นที่พักผ่อน 2. โรงอาบแช่ 3. นวด / อบสมุนไพร   	ชุดผลิตภัณฑ์พุร้อนแม่อุ้มลอง ประกอบไปด้วย สบู่ แชมพู ครีมนวด สารสกัดจากข้าวพันธุ์ดีหลากหลาย ชนิดจากบ้านป่าแป๋ที่ผูกพันกับการ ทำนาข้าวมาอย่างช้านาน สบู่มี คุณสมบัติช่วยเพิ่มความชุ่มชื้นให้ผิว บำรุงผิวพรรณ อีกทั้งแชมพูและครีม นวดบำรุงเส้นผมให้แข็งแรงลดปัญหา ผมขาดหลุดร่วงได้เป็นอย่างดี และ สติกเกอร์สมุนไพรกันแมลงน้องข้าว โดยออกแบบกราฟฟิคกลายเป็น มิตรสะท้อนความเป็นวิถีชุมชนบ้านป่า แป๋ ที่สามารถป้องกันแมลงกัดต่อย ขณะทำกิจกรรมในพุร้อนแม่อุ้มลอง พร้อมกระเป๋าผ้าทอมือกะเหรี่ยง ที่ สามารถพกพาได้สะดวก ชุดคลุมผ้า ทอมือละเวือะ ชุดคลุมสำหรับใส่ทำ กิจกรรมในพุร้อนแม่อุ้มลอง ทั้ง กิจกรรม อาบแช่พุร้อน นวดอบ สมุนไพร ชุดคลุมสามารถระบาย อากาศได้ดีและสะดวกต่อการสวมใส่ ในการทำกิจกรรม ชุดผลิตภัณฑ์พุร้อนแม่อุ้มลอง 

ระยะเวลากิจกรรม	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
		 ชุดคลุมผ้าทอมือละเวอะ  แผ่นสติกเกอร์สมุนไพรกันแมลง 
	เส้นทางและกิจกรรมท่องเที่ยวพุน้ำร้อนแม่อุ้มลอง เส้นทางที่ 2 1 . เดินชมธรรมชาติบริเวณเขตป่าสงวนพร้อมสัมผัสอากาศบริสุทธิ์ 2. ตั้ไม้ไผ่ออนเซ็นระหว่างทางเดิน 3. จุดบริการที่พักตาข่ายเพื่อพักผ่อนและถ่ายรูปกับวิวบรรยากาศภายในพุน้ำร้อนแม่อุ้มลอง	

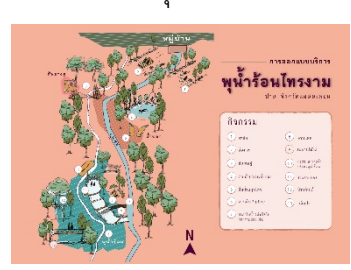
ระยะเวลากิจกรรม	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
	แคมป์ไฟ จุดบริการสำหรับนักท่องเที่ยว ที่รองรับการทำกิจกรรมตอนกลางคืนพร้อมชิมซบบรรยากาศธรรมชาติ	
	เดินทางกลับ	

2.2 ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนไทรงาม

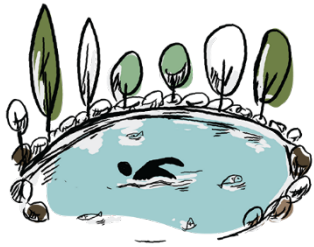
พุร้อนไทรงาม ตั้งอยู่ที่บ้านไทรงาม ตำบล แม่นาเติง อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ห่างจากตัวเมืองปายประมาณ 15 กิโลเมตร โดยสามารถใช้เส้นทางถนนสายปาย – ปางมะผ้า

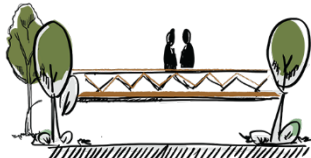
พุร้อนไทรงาม สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ดังแสดงในตารางที่ 4-15

ตารางที่ 4-15 แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนไทรงาม

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
30 นาที ระยะทาง 18 กม.	ออกจากตัวเมืองปายมายังหมู่บ้านไทรงาม	
	ถึงหมู่บ้านไทรงาม	แผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนบ้านไทรงามสำหรับนักท่องเที่ยว บอกเส้นทางกิจกรรม สถานที่ท่องเที่ยวบริเวณภายในหมู่บ้านไทรงามและพุร้อนไทรงาม 

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
	เดินเล่นชมวิถีชีวิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชาว ลีซูบ้านไททรงามที่มีรูปแบบการใช้ ชีวิตที่เรียบง่าย	
	เรียนรู้วิธีการทอผ้าลีซู ได้ชื่อว่า เป็นผ้าที่แต่งกายมีสีสันสดใสและ หลากหลายที่สุดในบรรดาชาวเขา ทั้งหมดความกล้าในการตัดสินใจ และความเป็นอิสระชนสะท้อน ออกมาให้เห็นจากการใช้สีตัดกัน อย่างรุนแรงในการเครื่องแต่งกาย	
	รับประทานอาหารพื้นบ้าน ชาวลี ซู	
	กิจกรรมล่องแก่งถ้ำปลา ที่จะพา นักท่องเที่ยวได้สัมผัส ถ้ำประวัติ ศาสตร์อายุราว 1,000 ปี พร้อม ล่องแก่งพายเรือคายัคชมวิว บรรยากาศท่ามกลางธรรมชาติ มี กิจกรรม เช่น 1. ล่องแก่ง	สตีกเกอร์สมุนไพรกันแมลงน้อง มันเทศ โดยออกแบบกราฟฟิก ลวดลายเป็นมิตรสะท้อนความ เป็นวิถีชุมชนบ้านไททรงาม ที่ สามารถป้องกันแมลงกัดต่อยขณะ ทำกิจกรรมในพุน้ำร้อนไททรงาม 

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
	2. พายเรือคายัค 3. ว่ายน้ำถ้าปลา 	
	ขึ้นฝั่งและตักน้ำสมุนไพรจากสมุนไพรหายากในชุมชนดื่มด่ำกับบรรยากาศอันน่าหลงใหลที่จุดศาลาริมน้ำท่าเรือรับกิจกรรมล่องแก่ง	กระบอกล้างไม้ไผ่น้ำสมุนไพร น้ำสมุนไพร สกัดจากสมุนไพรหายากของชุมชนสรรพคุณช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อยและเหนื่อยล้าจากการทำกิจกรรมล่องแก่ง ว่ายน้ำถ้าปลา 
	ผู้รักมดใจไว้ที่ต้นยางคู่กิจกรรมสำหรับคู่รักนักท่องเที่ยว จะได้สัมผัสวิถีประเพณี ความเชื่อของชาวลีซู นำเครื่องรางลีซูโดยมีความเชื่อว่า จะทำให้คู่รักรักกันยืนยาว สมหวังในสิ่งที่อธิษฐาน ผูกกับกระบอกล้างไม้ไผ่น้ำสมุนไพร นำมาผูกมัดฝากรักอธิษฐานกับต้นยางคู่ที่อยู่คู่ชุมชนมาอย่างยาวนาน	เครื่องรางลีซู โดยมีความเชื่อว่า จะทำให้คู่รักรักกันยืนยาว สมหวังในสิ่งที่อธิษฐาน ผูกกับกระบอกล้างไม้ไผ่น้ำสมุนไพรนำมาผูกมัดอธิษฐานกับต้นยางคู่ ผูกผ้าทอเครื่องรางลีซูสำหรับพกพา โดยมาความเชื่อของชาวลีซู ช่วยเสริมรักมั่นคง 

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
		การงานก้าวหน้า สุขภาพ แข็งแรง 
	กิจกรรมถ่ายรูปชมวิวมุมสูงบริเวณ จุดชมวิบบ้านต้นไม้	
	ผ่อนคลายด้วยกิจกรรมอาบแช่ พุร้อนไทรงาม ในบรรยากาศ แบบแนวจิตธรรมชาติในพุร้อน ไทรงาม มีสิ่งอำนวยความสะดวก และเส้นทางกิจกรรมสำหรับรองรับ นักท่องเที่ยว 1. แช่ตัวและว่ายน้ำบริเวณ พุร้อน 2. ถ่ายรูปบนสะพานไม้ไผ่ 3. กิจกรรมทางเดิน Zipline 4. อาบแดด 5. เดินป่าสำรวจธรรมชาติ บริเวณพุร้อนไทรงาม	 

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
	ร้านขายของ เป็นสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากชุมชนไททรงามและบริการสำหรับด้านผลิตภัณฑ์ อุบโศก บริโภคแก่นักท่องเที่ยว	
	ทานมันเทศตากแห้ง potato sweet ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลผลิตชุมชน	มันเทศตากแห้ง potato sweet ผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนบ้านไททรงาม นำมันที่ได้จากการเพาะปลูกนำมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า โดยการนำมันเทศมาตากตากแห้ง มันเทศตากแห้งมีประโยชน์และวิตามินสูง อีกทั้งยังมีไฟเบอร์ของอาหารอีกด้วย 
	เข้าพักโฮมสเตย์ในหมู่บ้านไททรงาม	
	กิจกรรมตอนกลางคืนรับขวัญนักท่องเที่ยว มีการประกอบพิธีกรรมเพื่อปัดเป่าสิ่งไม่ดี ตามความเชื่อของชาวลีซู โดยจะมีเครื่องจักสานที่ทำจากไม้ไผ่ หรือภาษาลีซูเรียกว่า บูฝื่อซั่ว หรือลายตะเหลว	

ระยะเวลา	กิจกรรม	ผลิตภัณฑ์
	กิจกรรมรื่นเริงเต้นรำของชาวลีซู การเต้นรำฉลองเรียกว่า “เต้น จะคี” เพื่อขจัดสิ่งชั่วร้าย	
	พักผ่อนตามอัธยาศัย	
	รับประทานอาหารเช้าอาหาร พื้นบ้านชาวลีซู	

2.3 ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนเมืองแปง

พุร้อนเมืองแปงตั้งอยู่ในเขต ตำบลเมืองแปง ห่างจาก อำเภอปาย ประมาณ 28 กิโลเมตร การเดินทางค่อนข้างสะดวก ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1095 (ปาย-แม่มาลัย) และแยกเข้าสาย 1265 ด้านขวามือ ตรงบริเวณหลัก กิโลเมตรที่ 85-86 ใกล้กับหน่วยพิทักษ์และรักษาป่าแม่ปิง เป็นทางลาดยาง สามารถสังเกตป้ายบอกทางได้ พุร้อนเมืองแปง สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ดังแสดงในตารางที่ 4-16

ตารางที่ 4-16 แสดงรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์พุร้อนเมืองแปง

ระยะเวลา	กิจกรรม/บริการ	ผลิตภัณฑ์
30 นาที ระยะทาง 28 กม. จากอำเภอปาย	ออกจากตัวเมืองปายมายังพุร้อนเมืองแปง	แผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปงสำหรับนักท่องเที่ยว โดยบอกข้อมูลบอกเส้นทางและกิจกรรมสถานที่  ท่องเที่ยวบริพุร้อนเมืองแปง
2 ถึง 3 ชั่วโมง  	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ 1 คือ การล่องแก่งแม่น้ำปาย มีระยะทางการล่องแก่งในแม่น้ำปาย 10 กิโลเมตร ระหว่างทางล่องแก่งชมวิถีเกษตรกรรมของคนเมืองแปง ซึ่งทำไร่ปลูกกระเทียมและไร่อ้อยเหลือทิ้งกันมาอย่างยาวนานจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และมีจุดชมวิวระหว่างทางล่องแก่ง อย่างน้อย 13 จุด การล่องแก่งขาไปใช้เวลาประมาณ 2 ถึง 3 ชั่วโมง	กระเทียมของฝากเมืองแปง แหล่งเพาะปลูกกระเทียมที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ ไทย กระเทียมของเมืองแปงมีลักษณะ หัวยักษ์ หัวแฉ่ง กลิ่นฉุน ถูกบรรจุในตะกร้าจักสาน ที่บ่งบอกอัตลักษณ์ของชุมชนเมืองแปงได้เป็นอย่างดี โดยสามารถยืดอายุของกระเทียม 
1 ชั่วโมง	รับประทานอาหาร	
2 ชั่วโมง	เดินทางกลับด้วยรถยนต์ ประมาณ 2 ชั่วโมง	

ระยะเวลา	กิจกรรม/บริการ	ผลิตภัณฑ์
 	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ 2 คือสัมผัสวิถีประเพณี วัฒนธรรมคนเมืองแปง กราบสักการะสถานที่ ศักดิ์สิทธิ์และสักการะเพื่อความเป็นสิริมงคล 4 จุด คือ พระพุทธรูปเมืองแปง วัดใหม่เมืองแปง วัด ศรีวิชัย และพระธาตุชัยมงคล และ จุดชมวิว ทิวทัศน์ ความสวยงามของตัวตำบลเมืองแปง 3 จุด คือ จุดชมวิวเมืองแปง สวนส้มสุมาลี และ สวน รุกขชาติเมืองแปง ซึ่งสวนอนุรักษ์พันธุ์ไม้พื้นถิ่น หายาก ซึ่งระยะห่างระหว่างจุดชมวิวอยู่ในรัศมี การท่องเที่ยวประมาณ 2 กิโลเมตร	
 	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ 3 คือ พุน้ำร้อนเมืองแปง เป็นจุดที่สามารถนั่งพักผ่อนคลายและบำบัด สุขภาพจากการแช่พุน้ำร้อน พุน้ำร้อนแม่แปงมี ลักษณะค่อนข้างใหญ่ ล้อมรอบด้วยพรรณไม้อันร่ม รื่นจึงเหมาะสำหรับพักผ่อนชมวิว ตั้งอยู่ใจกลางไร่นาของชุมชนบ้านเมืองแปง ใกล้หน่วยพิทักษ์ป่า แม่ปิง ไปยังน้ำร้อนแห่งนี้มีอุณหภูมิสูงถึง 95 องศาเซลเซียส มีกิจกรรม ต้มไข่ และเสริมกิจกรรมอาบ แช่ และ นวดแผนโบราณ กิจกรรมล่องแก่งแม่น้ำ ปาย อยู่ห่างจากจุดชมวิวเมืองแปง ประมาณ 5.7 กิโลเมตร และ ห่างจากบ่อพุน้ำร้อนประมาณ 10.4 กิโลเมตร และจุดชมวิวเมืองแปงห่างจากบ่อ พุน้ำร้อนประมาณ 4.6 กิโลเมตร 	ผลิตภัณฑ์พุน้ำร้อน เมืองแปง ประกอบด้วย ยาหม่อง สมุนไพร จากชุมชน เมืองแปง ช่วยบรรเทา อาการปวดเมื่อย ระหว่างทำกิจกรรมใน พุน้ำร้อนมีขนาดที่ กะทัดรัดพกพาสะดวก สดักเกอร์สมุนไพรกัน แผลลงน้องกระเทียม โดยออกแบบกราฟฟิก ลวดลายน่ารักสะท้อน ความเป็นวิถีชุมชนเมือ งแปง ที่สามารถ ป้องกันแมลงกัดต่อย ขณะทำกิจกรรมในพุน้ำร้อนเมืองแปงอีกทั้ง ยังมีผลิตภัณฑ์สำหรับ บำรุงผิวพรรณ Hand

ระยะเวลา	กิจกรรม/บริการ	ผลิตภัณฑ์
		cream and Body lotion สารสกัดจากถั่วเหลืองของชุมชนเมืองแปง ช่วยฟื้นฟูสภาพผิว คืนความสมดุลให้ผิวแข็งแรง สุขภาพดี ผิวเนียนนุ่ม ลื่น ไม่แห้งตึง
	กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ 4 คือผ่อนคลายความเหนื่อยล้าด้วยการอบทรายร้อนจากพุร้อนเมืองแปง การอบทรายร้อนนั้นจะช่วยให้การไหลเวียนของโลหิต ดีท็อกซ์ ไตเอ็ท บำรุงผิวพรรณให้สดใส สุขภาพดี และซึมซับบรรยากาศบริสุทธิ์ที่โอบล้อมด้วยธรรมชาติ	
	อีกทั้งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเส้นทางกิจกรรมได้ดังนี้ เส้นทางที่ 1 กิจกรรมท่องเที่ยวที่ 1 รวมกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่ 3 กิจกรรมการล่องแก่งและการท่องเที่ยว พุร้อนเมืองแปง ใช้ระยะเวลา 1 วัน เต็มเวลา และกลับไปพักที่ อำเภอปาย	
	เส้นทางที่ 2 กิจกรรมท่องเที่ยวที่ 2 รวมกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่ 3 กิจกรรมการท่องเที่ยวจุดชมวิวและท่องเที่ยวบ่อพุร้อน ใช้ระยะเวลา ครึ่งวัน และ เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนแหล่งอื่นก่อนกลับไปพักที่อำเภอปาย	
	เส้นทางที่ 3 กิจกรรมท่องเที่ยวที่ 1 รวมกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่ 4 กิจกรรมผ่อนคลายและบำบัดสุขภาพด้วยการแช่พุร้อนและการอบทรายร้อน	

4.5.3 ผลการวิจัยตาม วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3

เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่

เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บน

ฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับ แหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” ได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าวสามารถสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนได้ ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งพุร้อน ใน จ. แม่ฮ่องสอน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง นั้นควรพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นแบบองค์รวม คือ กาย และ จิต เน้นกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยจัดแบ่งเวลาเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพทั้งในหรือนอกที่พักแรมตามความเหมาะสม เช่น การอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร เป็นต้น เนื่องจากจุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ คือ การส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิต และการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีกับคนในท้องถิ่น โดยมีบุคคลที่เป็นคนในชุมชนเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีกับผู้อื่นในระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทศนคติ และค่านิยมในการส่งเสริมและรักษาฟื้นฟูสุขภาพให้สมบูรณ์ด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรประจำท้องถิ่นที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมถึงการพักผ่อนหย่อนใจท่ามกลางบรรยากาศธรรมชาติที่สดชื่น และสงบ ก็ช่วยส่งผลให้จิตใจสุขสงบ แจ่มใส ได้ด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้สภาพทางกายภาพและบริการที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง เช่น สภาพแวดล้อม ความงดงามตามธรรมชาติ และสถานที่สงบและรื่นรมย์เพื่อพักผ่อน รวมถึงบริการที่

สะดวกสบายเพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด ประโยชน์ในการพัฒนาสุขภาพและร่างกายและจิตใจโดยรวม ความรู้สึกปลอดภัยของสถานที่ และการดูแลเอาใจใส่ ความสะอาดของสถานที่อาบแช่ การบริการด้วยบุคลากรที่มีทักษะและได้รับการฝึกอบรมอย่างมืออาชีพ ก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน ผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรตระหนักในการพัฒนาในแบบองค์รวม เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

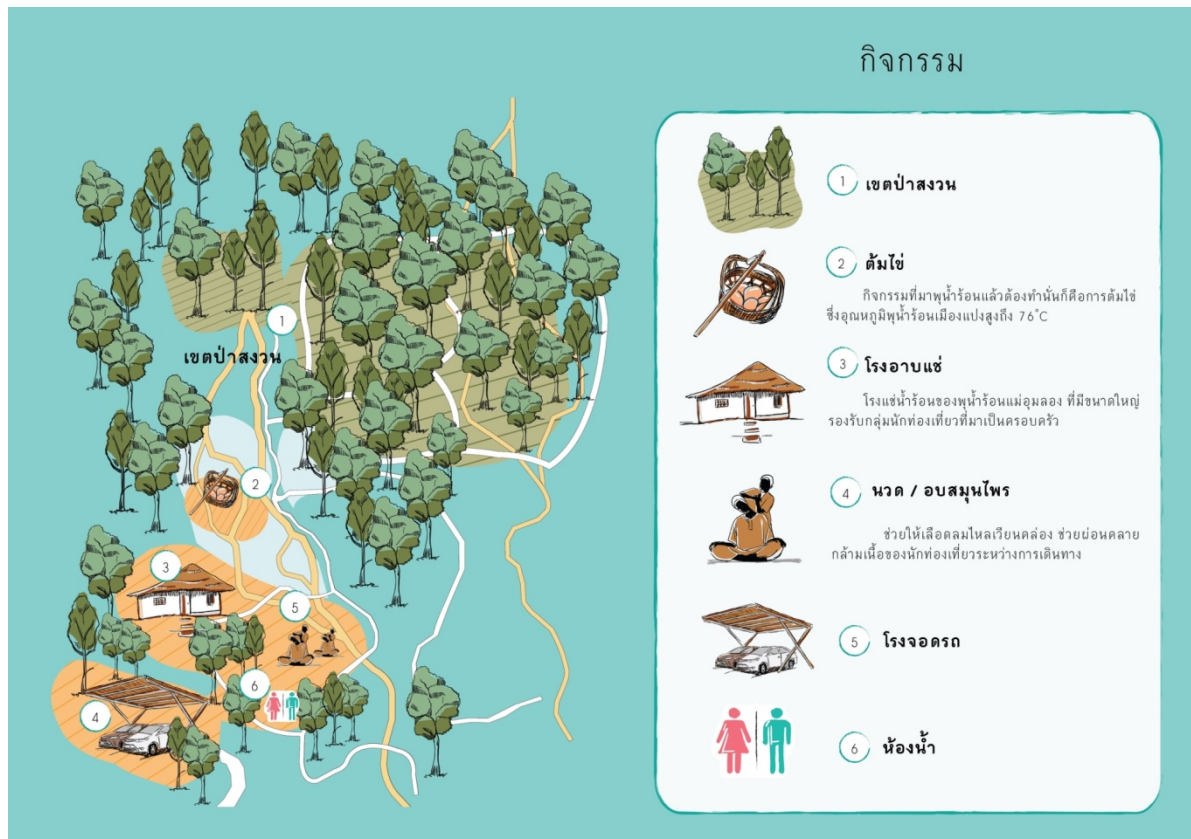
นอกจากนั้นแล้วควรมีการพัฒนาสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในชุมชน สินค้าส่งเสริมการท่องเที่ยว สินค้าแปรรูปจากผลิตผลทางการเกษตรที่ผลิต และใช้วัตถุดิบในชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร ที่มีกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อนมากนัก

2. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แห่ง

2.1 พุร้อนแม่ฮ่องสอน ต.ป่าแป๋ อ.แม่สะเรียง จ.แม่ฮ่องสอน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อนแม่ฮ่องสอน ควรพัฒนาด้านกิจกรรม และบริการทางการท่องเที่ยว ในแนวทางที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ในสวนป่าธรรมชาติ ที่อนุญาตให้มีการตัดแปลงหรือเปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในพื้นที่โดยเลียนแบบธรรมชาติ ให้มีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อน คือ “มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา” หรือ “The Valley of Charm” คือ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เป็นภูเขาสลับซับซ้อน เรียนรู้ชีวิตผ่านกิจกรรมเชิงเกษตรวิถีธรรมชาติ รวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีของคนท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ ละเวื่อะ และปกากะญอ

ทั้งนี้ควรพัฒนาด้านกิจกรรมและบริการในพื้นที่ดังกล่าวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม โดยใช้ทรัพยากรหรือวัฒนธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น เป็นหลัก เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะแหล่งพุร้อนในพื้นที่สวนป่าธรรมชาติ ที่เชื่อมโยงกับชุมชนเกษตรกรรมวิถีชีวิตชนบท ควรพัฒนาด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัว ที่มีคนหลากหลายช่วงวัยในครอบครัว ตั้งแต่ผู้สูงอายุ ไปจนถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็ก โดยพุร้อนแม่ฮ่องสอน สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ดังนี้



ภาพที่ 4-36 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนแม่อุ้มลอง และกิจกรรมการท่องเที่ยว

กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนของแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง ประกอบไปด้วย

1. ชุดคลุมผ้าทอละเวือะ
2. กระเป๋ผ้าทอกะเหรี่ยง
3. สบู่ข้าว
4. แชมพู และครีมนวดจากข้าว
5. สติกเกอร์สมุนไพรกันแมลง



ภาพที่ 4-37 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อนแม่อุ้มลอง

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 2 เส้นทางกิจกรรมหลัก

เส้นทางที่ 1 กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านป่าแป๋ ประกอบไปด้วย 12 กิจกรรมดังนี้

1. โฮมสเตย์ที่พักหมู่บ้านป่าแป๋
2. ชมศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ละเวือะ
3. ธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย
4. ไหว้พระขอพระสำนักสงฆ์บ้านป่าแป๋
5. รับประทานอาหารพื้นบ้านชาวละเวือะ
6. ทอผ้าละเวือะ
7. จุดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์บ้านป่าแป๋
8. เรียนรู้การเพาะเห็ดหอม
9. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง
10. ตักบาตรเข้ากับชาวละเวือะ

11. จุดชมวิวนาขั้นบันไดบ้านป่าแป๋
12. ชมปลาอนุรักษ์ห้องดินลำห้วยแม่อมลาน

เส้นทางที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวพุน้ำร้อนแม่อุ้มลอง ประกอบไปด้วย 15 กิจกรรมดังนี้

1. ชมสวนป่าอนุรักษ์
2. กิจกรรมต้นไม้
3. กิจกรรมเช่าอ่าวในโรงอ่าวแซ่
4. กิจกรรมนวด / อบสมุนไพร
5. ถ่ายภาพกับสะพานข้ามแม่น้ำแม่สะเรียง
6. จุดพักผ่อนถ่ายรูปบนตาข่าย
7. พักแรมในบ้านพัก
8. พักแรมในแคมป์
9. แคมป์ไฟ
10. แซ่เท้าในบ่อแซ่เท้า / พื้นที่พักผ่อน



ภาพที่ 4-38 แสดงแผนที่ท้องที่บริเวณชุมชนบ้านป่าแป๋

2.2 พุน้ำร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุน้ำร้อนเมืองแปง ควรพัฒนากิจกรรม และบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนในแนวทางที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพภายใต้ภาพลักษณ์สถานที่ของพุน้ำร้อน คือ “มหัศจรรย์แห่งสายน้ำ” หรือ “The Brook of Magic” คือให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เป็นภูเขาและแม่น้ำ ได้อาบแช่พุน้ำร้อนเมืองแปง ทำกิจกรรมล่องแก่งตามลำน้ำปาย ที่นอกจากจะได้ชื่นชมทิวทัศน์ที่งดงาม ของ 2 ผังแม่น้ำปาย ที่มีลักษณะลดหลั่นกันตลอดทางแล้ว ยังได้ศึกษาพันธุ์ไม้ และธรณีนิเวศ ริมฝั่งแม่น้ำปาย ชมความสวยงามของแปลงเกษตรบนพื้นที่สูงขนาดใหญ่ รวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรมประเพณีของคนท้องถิ่น

ทั้งนี้ควรพัฒนากิจกรรมและบริการในพื้นที่ดังกล่าวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ใช้ทรัพยากร หรือวัฒนธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นเป็นหลัก ในการพัฒนา กิจกรรม บริการ และผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะแหล่งพุน้ำร้อนในพื้นที่สวนป่าธรรมชาติ และพื้นที่เกษตรกรรมวิถีชีวิตชนบท โดยพุน้ำร้อนเมืองแปง สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ดังนี้

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 4 เส้นทางกิจกรรมหลัก

เส้นทางที่ 1 กิจกรรมการล่องแก่งแม่น้ำปาย ประกอบไปด้วย 4 กิจกรรมดังนี้

1. การล่องแก่งแม่น้ำปาย
2. ชมวิถีเกษตรกรรมของคนเมืองแปง
3. จุดชมวิวระหว่างล่องแก่ง อย่างน้อย 13 จุด
4. รับประทานอาหารที่บ้านชุมชนเมืองแปง

เส้นทางที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชุมชนเมืองแปง ประกอบไปด้วย 7 กิจกรรมดังนี้

1. เยี่ยมชมพระพุทธรูปเมืองแปง
2. เยี่ยมชมวัดใหม่เมืองแปง
3. เยี่ยมชมวัดศรีวิชัย
4. เยี่ยมชมพระธาตุชัยมงคล
5. จุดชมวิวเมืองแปง
6. ชมสวนรุกขชาติเมืองแปง

เส้นทางที่ 3 กิจกรรมการท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง ประกอบไปด้วย 19 กิจกรรมดังนี้

1. บริการพื้นที่แช่น้ำ
2. บริการลานกางเต็นท์
3. บริการพื้นที่แคมป์ไฟ
4. บริการพื้นที่นั่งเล่น
5. บริการนวดกลางแจ้ง
6. กิจกรรม และบริการอาบน้ำร้อน/แช่น้ำร้อน
7. กิจกรรมต้มไข่
8. บ้านพัก
9. บริการจุดชมวิวและถ่ายรูป
10. บริการพื้นที่สตรึมเท้า
11. บริการพื้นที่นอนบนแผ่นหินร้อน
12. บริการลานเดินนวดเท้า

เส้นทางที่ 4 กิจกรรมการท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง ประกอบไปด้วย 1 กิจกรรมดังนี้

1. อบทรายร้อนจากพุร้อนเมืองแปง



ภาพที่ 4-39 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง

กิจกรรม



1 **ห้องน้ำ**



2 **การอบตัวในทราย**
การอบทรายร้อนนั้นจะช่วยให้การไหลเวียนของโลหิต ดีต่อกระดูก ข้อต่อ บำรุงผิวพรรณ ให้สดใสนุ่มนวล และยังมีส่วนช่วยในการรักษาอาการปวดเมื่อยได้



3 **โรงแช่น้ำ**
โรงแช่น้ำร้อนของพุร้อนเมืองแปงที่มีขนาดใหญ่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มเพื่อน ครอบครัวหรือแม้กระทั่งมาเป็นคู่



4 **พื้นที่นวดกลางแจ้ง**
บริการนวดสมุนไพรโดยชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เมืองแปงเพื่อช่วยผ่อนคลายความเมื่อย และเหน็ดเหนื่อยของนักท่องเที่ยว



5 **จุดชมวิวและถ่ายภาพ**



6 **พื้นที่อาบน้ำ / แช่น้ำร้อน**
พุร้อนเมืองแปงพื้นที่เป็น 3 ลักษณะการใช้งาน ได้แก่ วัยน้ำ แช่ตัว และแช่เท้า



7 **พื้นที่ต้มไข่**
กิจกรรมที่มาพุร้อนแล้วต้องทำนั่นก็คือการต้มไข่ ซึ่งอุณหภูมิพุร้อนเมืองแปงสูงถึง 95°C





8 **พื้นที่นั่งเล่น แคร่ / ชิงช้า / ตาข่าย**
พื้นที่นั่งเล่นที่เป็นลานกลางแจ้งสำหรับกิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว

9 **โรงสตรัมเท้า**

10 **โรงนอนบนแผ่นหินร้อน**

11 **ลานเดินนวดเท้า**



กิจกรรม



1 **พื้นที่แช่น้ำ**



2 **แคมป์**
ที่พักค้างคืนสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักแรมในสถานที่ท่องเที่ยวเมืองแปง เพื่อสัมผัสบรรยากาศตอนกลางคืน ระหว่างกลุ่มเพื่อนและครอบครัว



3 **ประชาสัมพันธ์**
บอร์ดประชาสัมพันธ์ให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง ตลอดจนข้อปฏิบัติและกฎต่างๆ สำหรับแหล่งท่องเที่ยว



4 **จุดชมวิวและถ่ายภาพ**
จุดชมวิวและถ่ายภาพบรรยากาศของเมืองแปง



5 **แคมป์ไฟ**
กิจกรรมตอนกลางคืนสำหรับผู้ที่มาพักค้างแรมที่พุร้อนเมืองแปง

ภาพที่ 4-40 แสดงแผนที่ กิจกรรม และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง

กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย

1. Hand cream and Body lotion ที่มีสารสกัดจากถั่วเหลือง ที่ปลูกในท้องถิ่น
2. ยาหม่องสมุนไพร
3. กระเทียมของฝาก
4. สติกเกอร์สมุนไพรกันแมลง
5. สารสกัดจากถั่วเหลือง แผนทื่กิจกรรมท่องเที่ยวพุ่น้ำร้อนเมืองแปง



ภาพที่ 4-41 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวพุ่น้ำร้อนเมืองแปง

2.3 พุ่น้ำร้อนไทรงาม ต.แม่नाเตัง อ.ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุ่น้ำร้อนไทรงาม ควรพัฒนานักกิจกรรม และบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนในแนวทางที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพภายใต้ภาพลักษณ์สถานที่ของพุ่น้ำร้อน ได้แก่ “ความลึกลับของพงไพร” หรือ “The Mystical Forest” คือให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์

ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ท่วม กลางสภาพแวดล้อมป่าอนุรักษ์ เชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยววิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ลื้อซอ เน้นสภาพแวดล้อมที่ความเป็นธรรมชาติของพื้นที่ให้มากที่สุด โดยเฉพาะการอาบน้ำพุร้อนไทรงามที่มีอุณหภูมิ ไม่ร้อนจนเกินไปสามารถอาบน้ำ แช่ พร้อมชื่นชมความงามของพุร้อนไทรงามที่เป็นแอ่งน้ำใสรายล้อมด้วยต้นไม้สูงใหญ่ที่คอยให้ร่มเงากลางป่าอนุรักษ์ รวมถึงได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนรู้วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรมประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ลื้อซอ

ทั้งนี้ควรพัฒนากิจกรรมและบริการในพื้นที่ดังกล่าวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ใช้ทรัพยากรหรือวัฒนธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นเป็นหลัก ในการพัฒนา กิจกรรม บริการ และผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะแหล่งพุร้อนในพื้นที่สวนป่าอนุรักษ์ โดยพุร้อนไทรงามสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย

1. มันเทศตากแห้ง potato sweet
2. เครื่องรางกระบอกไม้ไผ่ลื้อซอ
3. เครื่องรางลื้อซอแบบพกพา
4. สติกเกอร์สมุนไพรกันแมลง



ภาพที่ 4-42 แสดงผลิตภัณฑ์ชุมชนส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อนไทรงาม

กิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 1 เส้นทางกิจกรรมหลัก

เส้นทางที่ 1 กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านไทรงาม ประกอบไปด้วย 19 กิจกรรมดังนี้

1. เดินรอบหมู่บ้านชมวิถีชีวิต
2. เรียนรู้วิธีการทอผ้าลื้อ
3. รับประทานอาหารพื้นบ้าน ชาวลื้อ
4. ล่องแก่งถ้ำปลา
5. พายเรือคายัค
6. ว่ายน้ำถ้ำปลา
7. ดื่มน้ำสมุนไพร
8. ผู้รักมัดใจไว้ที่ต้นยางคู่
9. ถ่ายรูปชมวิวมุมสูงบริเวณจุดชมวิwb้านต้นไม้
10. กิจกรรมตอนกลางคืนรับขวัญนักท่องเที่ยว
11. กิจกรรมรีนแรงเต็นรำของชาวลื้อ
12. โฮมสเตย์ในหมู่บ้านไทรงาม

เส้นทางที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวพุน้ำร้อนไทรงาม ประกอบไปด้วย 7 กิจกรรมดังนี้

1. แช่ตัวและว่ายน้ำบริเวณพุน้ำร้อน
2. ถ่ายรูปบนสะพานไม้ไผ่
3. กิจกรรมทางเดิน Zipline
4. กิจกรรมอาบแดด
5. เดินป่าสำรวจธรรมชาติบริเวณพุน้ำร้อนไทรงาม
6. ทานมันเทศตากแห้ง potato sweet



ภาพที่ 4-43 แสดงแผนที่ท่องเที่ยวพุร้อนไทรงาม

กิจกรรม

1 สะพานไม้ไผ่
สะพานที่สร้างขึ้นจากไม้ไผ่ที่พุน้ำร้อน ซึ่งเป็นสะพานที่ทำจากไม้ไผ่

2 แช่ตัวและว่ายน้ำ
พุน้ำร้อนแบ่งพื้นที่เป็น 3 ลักษณะการใช้งาน ได้แก่ ว่ายน้ำ แช่ตัว และแช่เท้า กิจกรรมแช่ตัวและแช่เท้าช่วยรักษาอาการปวดเมื่อยและเจ็บป่วยรวมทั้งโรคผิวหนังเรื้อรังและอื่นๆอีกมากมาย นอกจากนี้การแช่พุน้ำร้อนยังมีผลดีต่อความสวยความงามและผิวพรรณสำหรับคนทุกระยะ ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ได้อีกด้วย

3 ศาลาริมน้ำ (ท่าเรือรับกิจกรรมล่องแก่ง)
จุดรับส่งนักท่องเที่ยวทางล่องแก่งจากท่าปลามาถึงพุน้ำร้อน

4 อาบแดด
กิจกรรมหลังจากแช่น้ำอบน้ำ นักท่องเที่ยวสามารถที่จะนอนอาบแดดชมพระอาทิตย์ตกได้ด้วยเช่นกัน

5 แคมป์
นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาร่วมกันได้ในแคมป์ที่ค่อนข้างมีความเป็นส่วนตัว

ทางเดิน Zipline

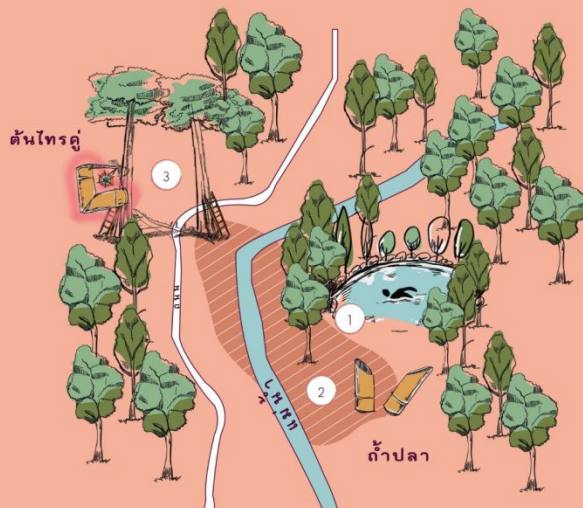
6 บ้านต้นไม้

7 เดินป่า

8 ร้านค้า
ประกอบด้วยร้านอาหารพื้นบ้าน และสาธิต เพื่อประโยชน์ให้กับนักท่องเที่ยวจากหลายๆประเทศ

SHOP

ท่าปลา



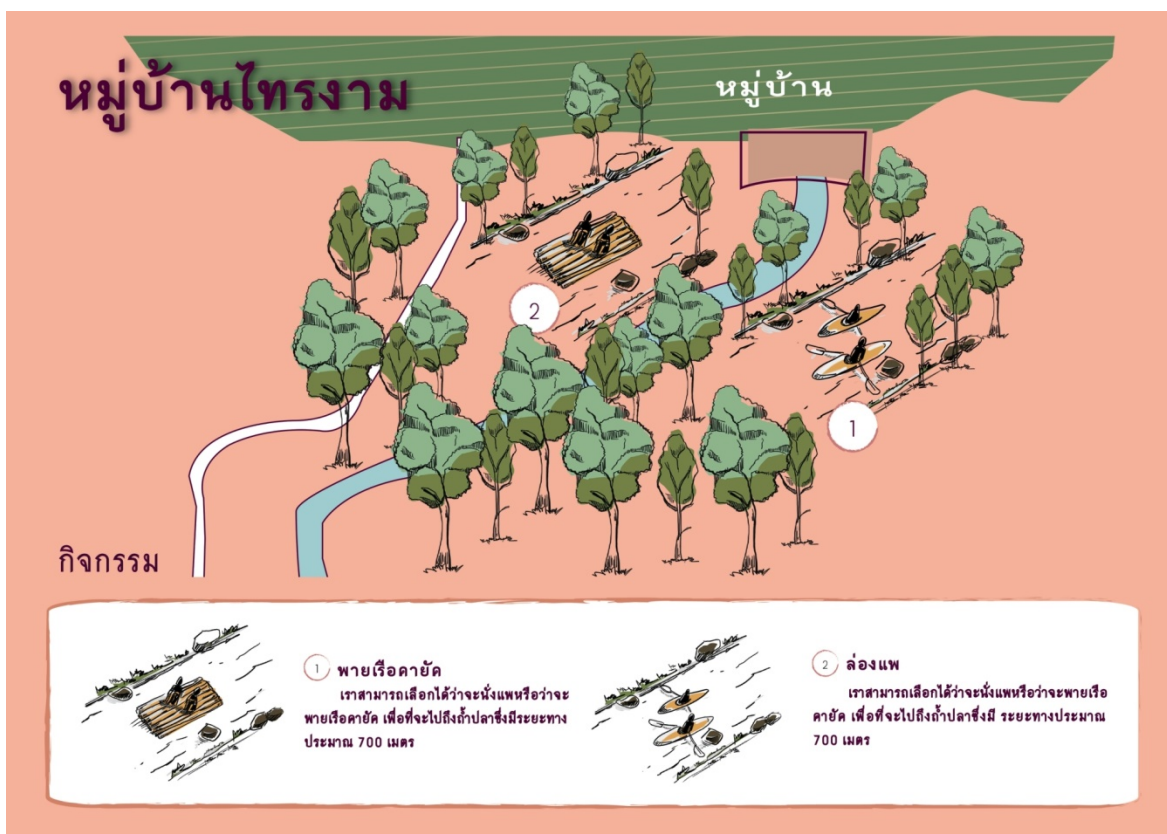
กิจกรรม

1 ว่ายน้ำ
เราสามารถว่ายน้ำร่วมกับปลา ซึ่งเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจในพื้นที่ท่าปลา และพักถ่ายรูป

2 ต้มน้ำสมุนไพร
เครื่องต้มสมุนไพร เป็นเครื่องต้มของชาชาวไทย มาจากสมุนไพรที่มีประโยชน์ ช่วยบำรุงผิว เลือดลม บำรุงกล้ามเนื้อ กระดูกและผิวหนัง นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มความอบอุ่นให้กับร่างกายอีกด้วย

3 ดั้นไทรคู่
เดินต่อมาจากท่าปลา หลังจากต้มน้ำสมุนไพรมาเจอต้นไทรคู่ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของพุน้ำร้อนโบราณซึ่งมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำกับคู่รักได้ทำ คือ นาคกระโดดไม้ไผ่ที่ใช้บรรจุน้ำสมุนไพรและเครื่องรางไปห้อยไว้ที่ต้นไทรคู่ ซึ่งตัวเครื่องรางมีชื่อเสียงการส่งเสริมให้ชีวิตคู่มีความสุข และราบรื่น

ภาพที่ 4-44 แสดงแผนที่ กิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวพุน้ำร้อนโบราณ



ภาพที่ 4-45 แสดงกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงพุร้อนไทรงาม

ผลการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” นั้น จะสามารถเป็นต้นแบบการวางแผนจัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวให้แก่ พื้นที่แหล่งพุร้อนที่เป็นพื้นที่ศึกษา สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที และแหล่งพุร้อนอื่นๆ ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ก็สามารถนำไปต่อยอดใช้เป็นกรณีศึกษา ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพได้ ทั้งนี้วิธีการนำไปประยุกต์ใช้ ผลการวิจัย รวมถึงข้อจำกัดต่างๆ ในการประยุกต์ใช้นั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอรายละเอียดต่างๆ ไว้ในบทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน
- 2) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากวัตถุประสงค์การวิจัยดังกล่าว การศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัยที่เป็นสาระสำคัญของการวิจัยที่แสดงในบทที่ 4 สามารถนำมาสรุปผลเพื่อเสนอแนวทางออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่คัดเลือกเป็นกรณีศึกษา ได้แก่

1. พุร้อนแม่อุ้มลอง ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน
2. พุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน
3. พุร้อนไทรงาม ต. แม่नाเติง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

ทั้งนี้ข้อสรุปต่างๆ ได้ผ่านการประชุมกับผู้เกี่ยวข้องและชุมชนในพื้นที่ เพื่อระดมความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถสรุปผลเป็นแนวทางในการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง ที่พัฒนาจากพื้นฐานสิ่งแวดล้อมท้องถิ่นได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัยและการประยุกต์ใช้แนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และ บริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

จากการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลทั้งภาคเอกสาร และการเก็บข้อมูลภาคสนาม รวมถึงผลการประชุมกับผู้เกี่ยวข้องและชุมชนในพื้นที่ เพื่อระดมความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อใช้ในการสร้างแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งน้ำพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอนที่คัดเลือกเป็นกรณีศึกษา ได้แก่ 1) พุร้อนแม่ฮ่องสอน ต. ป่าแป๋ อ. แม่สะเรียง จ. แม่ฮ่องสอน 2) พุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ.ปาย จ. แม่ฮ่องสอน 3) พุร้อนไทรงาม ต. แม่ณาเต็ง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ตามลำดับดังนี้

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน

ในการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน นั้น ผู้วิจัยได้ทำการประเมิน และวิเคราะห์สถานการณ์ สภาพแวดล้อม ทางกายภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้มาจัดใส่ตาราง SWOT Analysis ปัจจัยต่างๆในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด และได้แปลงข้อมูลเหล่านั้นลงในตาราง TOWS Metrix เพื่อให้ได้ข้อสรุปเชิงกลยุทธ์ จากนั้นได้นำข้อสรุปที่ได้เข้าประชุมกับผู้เกี่ยวข้องและชุมชนในพื้นที่ เพื่อระดมความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่เหมาะสมสำหรับพุร้อนในพื้นที่ศึกษา ทั้ง 3 แหล่ง สามารถสรุป ได้ดังนี้

1. จัดทำให้มีบริการการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และสปา ท่ามกลางธรรมชาติ เน้นสุขภาพแบบองค์รวม คือ กาย ใน จิต
2. จัดทำให้มีกิจกรรมและบริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เชื่อมโยงวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ โดยมีมัคคุเทศก์เป็นคนในชุมชน
3. สร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในชุมชน สินค้าส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงสินค้าแปรรูปจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ผลิต และใช้วัตถุดิบในชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร
4. จัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน และ ติดตั้งระบบป้ายสัญลักษณ์ ที่สามารถสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องภายในพุร้อน และ ให้ความรู้ถึงข้อควรปฏิบัติในการใช้พุร้อน

5. เพื่อให้เกิดสุขลักษณะที่ดี เหมาะสมกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรจัดทำระบบการจัดการใหม่ ด้วยการจัดทำพ่อแม่ และบ่อลูก เพื่อแยกน้ำที่ใช้ออกจากน้ำที่ใช้ในการแช่อาบ หรือในการเกษตรกรรม พร้อมทั้งจัดการระบบบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงทางระบายน้ำปกติ และเป็นการสร้างความมั่นใจให้แก่คนในชุมชนว่าการจัดการเพื่อใช้ประโยชน์ของน้ำพุร้อนเพื่อการเกษตรและการท่องเที่ยวจะเป็นไปอย่างสมดุล

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ในส่วนนี้เป็นการสรุปผลการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพพุร้อนในพื้นที่ศึกษา ทั้ง 3 แหล่ง ได้แก่ พุร้อนเมืองแปง พุร้อนไร่ไทรงาม และพุร้อนแม่อุ้มลอง โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของชุมชนพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง เพื่อนำมาใช้กำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์หรือจุดขายของแหล่งพุร้อน และนำไปใช้เป็นแนวทางกำหนดกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพให้เหมาะสมกับแหล่งพุร้อนแต่ละแหล่ง ใช้ทฤษฎีเรื่องภาพลักษณ์สถานที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการวางแผนกำหนดทิศทางการออกแบบ เพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้กับแต่ละสถานที่ได้

1. ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง

1.1 ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง ต.ป่าแป๋ อ.แม่สะเรียง จ.แม่ฮ่องสอน

ด้วยหลักเกณฑ์การประเมินภาพลักษณ์สถานที่ของ Echtner และ Ritchie (1991) สามารถสรุปภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนแม่อุ้มลอง แสดงภาพลักษณ์สถานที่คือ “มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา” หรือ “The Valley of Charm” ภาพลักษณ์สถานที่กำหนดขึ้นนี้ เป็นการวางจุดยืนทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนแม่อุ้มลอง เพื่อใช้ในการสื่อสารภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว รวมถึงออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตวัฒนธรรม โดยกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวของพุร้อนแม่อุ้มลอง เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับครอบครัว และนิยมให้บุตรหลานได้เรียนรู้วิถีชีวิตในธรรมชาติ



ภาพที่ 5-1 แสดงอารมณ์ความรู้สึกและกลุ่มเป้าหมาย และตราลักษณ์ของแหล่งพุร้อนแม่ฮ่องสอน

1.2 ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง ต.เมืองแปง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน

ภาพลักษณ์สถานที่ ที่เป็นจุดยืนทางการตลาด (Positioning) และนำไปใช้ในการกำหนดแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว ของพุร้อนเมืองแปง คือ “มหัศจรรย์แห่งสายน้ำ” หรือ “The Brook of Magic” มีกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวของพุร้อนเมืองแปง เป็นกลุ่มเพื่อนที่นิยมการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ



ภาพที่ 5-2 แสดงอารมณ์ความรู้สึกและกลุ่มเป้าหมาย และตราลักษณ์ของแหล่งพุร้อนเมืองแปง

1.3 ภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนไทรงาม ต.แม่นาเติง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน

จากหลักเกณฑ์การประเมินภาพลักษณ์สถานที่ของ Echtner และ Ritchie (1991) สามารถสรุปภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อนไทรงาม ต. แม่นาเติง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน ได้ว่าเป็น“ความลึกลับของพงไพร” หรือ “The Mystical Forest” กำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวของพุร้อนไทรงาม เป็นกลุ่มคู่รัก ที่ชอบสถานที่ส่วนตัว สวยงาม เน้นการใช้เวลาพักผ่อน ดื่มด่ำบรรยากาศที่สวยงามรอบตัวร่วมกัน



ภาพที่ 5-3 แสดงอารมณ์ความรู้สึกและกลุ่มเป้าหมาย และตราสัญลักษณ์ของแหล่งพุร้อนไทรงาม

2. ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง

2.1 ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนแม่อุ้มลอง

จากสนามบินแม่ฮ่องสอน ระยะทางประมาณ 200 กิโลเมตร หากมาจากสนามบินเชียงใหม่ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 108 จาก อ.เมืองเชียงใหม่ ผ่าน อ.ฮอด และเลี้ยวขวาที่แยกบ่อน้ำร้อนแม่อุ้มลอง และตามเส้นทางไปอีกประมาณ 30 กิโลเมตร จนถึงบ้านป่าแป๋ (มีป้ายบอกทางเป็นระยะ) รวมระยะทางประมาณ 210 กิโลเมตร โดยพุร้อนแม่อุ้มลอง สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 8 ผลิตภัณฑ์

กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนของแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง ประกอบไปด้วย

1. ชุดคลุมผ้าทอละเวือะ
2. กระเป๋าผ้าทอกะเหรี่ยง
3. สบู่ข้าว
4. แชมพู และครีมนวดจากข้าว

5. สติกเกอร์สมุนไพรกันแมลง

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 2 เส้นทางกิจกรรมหลัก

เส้นทางที่ 1 กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านป่าแป๋ ประกอบไปด้วย 12 กิจกรรมดังนี้

1. โฮมสเตย์ที่พักหมู่บ้านป่าแป๋
2. ชมศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ชาติพันธุ์ละเวอะ
3. ธนาคารข้าวแห่งแรกของประเทศไทย
4. ไหว้พระขอพรพระสำนักสงฆ์บ้านป่าแป๋
5. รับประทานอาหารพื้นบ้านชาวละเวอะ
6. ทอผ้าละเวอะ
7. จุดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์บ้านป่าแป๋
8. เรียนรู้การเพาะเห็ดหอม
9. ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงแม่สะเรียง
10. ตักบาตรเช้ากับชาวละเวอะ
11. จุดชมวิวนาขั้นบันไดบ้านป่าแป๋
12. ชมปลาอนุรักษท้องถิ่นลำห้วยแม่อมลาน

เส้นทางที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวพุร้อนแม่อุ้มลอง ประกอบไปด้วย 15 กิจกรรมดังนี้

1. ชมสวนป่าอนุรักษ์
2. กิจกรรมต้มไข่
3. กิจกรรมแช่อ่างในโรงอาบแช่
4. กิจกรรมนวด / อบสมุนไพร
5. ถ่ายภาพกับสะพานข้ามแม่น้ำแม่สะเรียง
6. จุดพักผ่อนถ่ายรูปบนตาข่าย
7. พักแรมในบ้านพัก
8. พักแรมในแคมป์
9. แคมป์ไฟ
10. แช่เท้าในบ่อแช่เท้า / พื้นที่พักผ่อน

2.2 ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนเมืองแปง

พุร้อนเมืองแปงตั้งอยู่ในเขต ตำบลเมืองแปง ห่างจาก อำเภอปาย ประมาณ 28 กิโลเมตร การเดินทางค่อนข้างสะดวก ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1095 (ปาย-แม่มาลัย) และแยกเข้าสาย 1265 ด้านขวามือ ตรงบริเวณหลัก กิโลเมตรที่ 85-86 ใกล้กับหน่วยพิทักษ์และรักษาป่าแม่ปิง เป็นทางลาดยาง สามารถสังเกตป้ายบอกทางได้ พุร้อนเมืองแปง สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยพุร้อนเมืองแปง สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย

1. Hand cream and Body lotion ที่มีสารสกัดจากถั่วเหลือง ที่ปลูกในท้องถิ่น
2. ยาหม่องสมุนไพร
3. กระเทียมของฝาก
4. สติกเกอร์สมุนไพรกันแมลง
5. สารสกัดจากถั่วเหลือง แผนที่กิจกรรมท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 4 เส้นทางกิจกรรมหลัก

เส้นทางที่ 1 กิจกรรมการล่องแก่งแม่น้ำปาย ประกอบไปด้วย 4 กิจกรรมดังนี้

1. การล่องแก่งแม่น้ำปาย
2. ชมวิถีเกษตรกรรมของคนเมืองแปง
3. จุดชมวิวระหว่างการล่องแก่ง อย่างน้อย 13 จุด
4. รับประทานอาหารพื้นบ้านชุมชนเมืองแปง

เส้นทางที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชุมชนเมืองแปง ประกอบไปด้วย 7 กิจกรรมดังนี้

1. เยี่ยมชมพระพุทธรูปเมืองแปง
2. เยี่ยมชมวัดใหม่เมืองแปง
3. เยี่ยมชมวัดศรีวิชัย
4. เยี่ยมชมพระธาตุชัยมงคล
5. จุดชมวิวเมืองแปง
6. ชมสวนรุกขชาติเมืองแปง

เส้นทางที่ 3 กิจกรรมการท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง ประกอบไปด้วย 19 กิจกรรมดังนี้

1. บริการพื้นที่แช่น้ำ
2. บริการลานกางเต็นท์
3. บริการพื้นที่แคมป์ไฟ
4. บริการพื้นที่นั่งเล่น
5. บริการนวดกลางแจ้ง
6. กิจกรรม และบริการอาบพุร้อน/แช่น้ำร้อน
7. กิจกรรมต้มไข่
8. บ้านพัก
9. บริการจุดชมวิวและถ่ายรูป
10. บริการพื้นที่สตรัมเท้า
11. บริการพื้นที่นอนบนแผ่นหินร้อน
12. บริการลานเดินนวดเท้า

เส้นทางที่ 4 กิจกรรมการท่องเที่ยวพุร้อนเมืองแปง ประกอบไปด้วย 1 กิจกรรมดังนี้

1. อบทรายร้อนจากพุร้อนเมืองแปง

2.3 ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพุร้อนไทรงาม

พุร้อนไทรงาม ตั้งอยู่ที่บ้านไทรงาม ตำบล แม่นาแดง อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ห่างจากตัวเมืองปายประมาณ 15 กิโลเมตร โดยสามารถใช้เส้นทางถนนสายปาย – ปางมะผ้า

โดยพุร้อนไทรงามสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ดังนี้

กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย

1. มันเทศตากแห้ง potato sweet
2. เครื่องรางกระบอกไม้ไผ่ไล่ชู
3. เครื่องรางไล่ชูแบบพกพา
4. สติกเกอร์สมุนไพรกันแมลง

กิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 1 เส้นทางกิจกรรมหลัก

เส้นทางที่ 1 กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านไทรงาม ประกอบไปด้วย 19 กิจกรรมดังนี้

1. เดินรอบหมู่บ้านชมวิถีชีวิต
2. เรียนรู้วิธีการทอผ้าลื้อ
3. รับประทานอาหารพื้นบ้าน ชาวลื้อ
4. ล่องแก่งถ้ำปลา
5. พายเรือคายัค
6. ว่ายน้ำถ้ำปลา
7. ดื่มน้ำสมุนไพร
8. ผู้รักมัดใจไว้ที่ต้นยางคู่
9. ถ่ายรูปชมวิวมุมสูงบริเวณจุดชมวิwb้านต้นไม้
10. กิจกรรมตอนกลางคืนรับขวัญนักท่องเที่ยว
11. กิจกรรมรีนแรงเต้นรำของชาวลื้อ
12. โฮมสเตย์ในหมู่บ้านไทรงาม

เส้นทางที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวพุร้อนไทรงาม ประกอบไปด้วย 7 กิจกรรมดังนี้

1. แช่ตัวและว่ายน้ำบริเวณพุร้อน
2. ถ่ายรูปบนสะพานไม้ไผ่
3. กิจกรรมทางเดิน Zipline
4. กิจกรรมอาบแดด
5. เดินป่าสำรวจธรรมชาติบริเวณพุร้อนไทรงาม
6. ทานมันเทศตากแห้ง potato sweet

วัตถุประสงค์ ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุน้ำร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับ แหล่งท่องเที่ยวพุน้ำร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” ได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุน้ำร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าวสามารถสรุปแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุน้ำร้อนได้ ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งพุน้ำร้อน ใน จ. แม่ฮ่องสอน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุน้ำร้อนทั้ง 3 แหล่งนั้น ควรพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเป็นแบบองค์รวม คือ กาย และ จิต เน้นกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยจัดแบ่งเวลาเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพทั้งในหรือนอกที่พักแรมตามความเหมาะสม เช่น การอาบน้ำแร่/น้ำพุร้อน การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร เป็นต้น เนื่องจากจุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ คือ การส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิต และการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีกับคนในท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เป็นไปในชุมชน เพื่อการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีกับผู้อื่นในระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทักษะ และค่านิยมในการส่งเสริมและรักษาฟื้นฟูสุขภาพให้สมบูรณ์ด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรประจำท้องถิ่นที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ รวมถึงการพักผ่อนหย่อนใจท่ามกลางบรรยากาศธรรมชาติที่สดชื่น และสงบ ก็ช่วยส่งผลให้จิตใจสุขสงบ แจ่มใส ได้ด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้สภาพทางกายภาพและบริการที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังที่จะได้รับการตอบสนอง เช่น สภาพแวดล้อม ความงดงามตามธรรมชาติ และสถานที่สงบและรื่นรมย์เพื่อพักผ่อน รวมถึงบริการที่สะดวกสบาย เพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด ประโยชน์ในการพัฒนาสุขภาพและร่างกายและจิตใจโดยรวม ความรู้สึกปลอดภัยของสถานที่ และการดูแลเอาใจใส่ ความสะอาดของสถานที่อาบแช่ การบริการด้วยบุคลากรที่มีทักษะ

และได้รับการฝึกอบรมอย่างมืออาชีพ ก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน ผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรตระหนักในการพัฒนาในแบบองค์รวม เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้นแล้วควรมีการพัฒนาสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ในชุมชน สินค้าส่งเสริมการท่องเที่ยว สินค้าแปรรูปจากผลิตผลทางการเกษตรที่ผลิต และใช้วัตถุดิบในชุมชน เช่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร ที่มีกระบวนการผลิตไม่ซับซ้อนมากนัก

2. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในแหล่งพุร้อนทั้ง 3 แหล่ง

2.1 พุร้อนแม่ฮ่องสอน ต.ป่าแป๋ อ.แม่สะเรียง จ.แม่ฮ่องสอน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อนแม่ฮ่องสอน ควรพัฒนากิจกรรม และบริการทางการท่องเที่ยว ในแนวทางที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ในสวนป่าธรรมชาติ ที่อนุญาตให้มีการตัดแปลงหรือเปลี่ยนแปลงหรือเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในพื้นที่โดยเลียนแบบธรรมชาติ ให้มีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อน คือ “มนต์เสน่ห์แห่งขุนเขา” หรือ “The Valley of Charm” คือ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เป็นภูเขาสลับซับซ้อน เรียนรู้ชีวิตผ่านกิจกรรมเชิงเกษตรวิถีธรรมชาติ รวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีของคนท้องถิ่นกลุ่มชาติพันธุ์ ละว้า และปกากะญอ

ทั้งนี้ควรพัฒนากิจกรรมและบริการในพื้นที่ดังกล่าวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม โดยใช้ทรัพยากรหรือวัฒนธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น เป็นหลัก เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะแหล่งพุร้อนในพื้นที่สวนป่าธรรมชาติ ที่เชื่อมโยงกับชุมชนเกษตรกรรมวิถีชีวิตชนบท ควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัว ที่มีคนหลากหลายช่วงวัยในครอบครัว ตั้งแต่ผู้สูงอายุ ไปจนถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็ก

2.2 พุร้อนเมืองแปง ต. เมืองแปง อ. ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อนเมืองแปง ควรพัฒนากิจกรรม และบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนในแนวทางที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพภายใต้ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อน คือ “มหัศจรรย์แห่งสายน้ำ” หรือ “The Brook of Magic” คือ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เป็นภูเขาและแม่น้ำ ได้อาบแช่พุร้อนเมืองแปง

ทำกิจกรรมล่องแก่งตามลำน้ำปาย ที่นอกจากจะได้ชื่นชมทิวทัศน์ที่งดงาม ของ 2 ผังแม่น้ำปาย ที่มีลักษณะลดหลั่นกันตลอดทางแล้ว ยังได้ศึกษาพันธุ์ไม้ และธรณีนิเวศ ริมฝั่งแม่น้ำปาย ชมความสวยงามของแปลงเกษตรบนพื้นที่สูงขนาดใหญ่ รวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรมประเพณีของคนท้องถิ่น

ทั้งนี้ควรพัฒนากิจกรรมและบริการในพื้นที่ดังกล่าวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ใช้ทรัพยากร หรือ วัฒนธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นเป็นหลัก ในการพัฒนา กิจกรรม บริการ และผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะแหล่งพุร้อนในพื้นที่สวนป่าธรรมชาติและพื้นที่เกษตรกรรมวิถีชีวิตชนบท

2.3 พุร้อนไทรงาม ต.แม่นาเติง อ.ปาย จ. แม่ฮ่องสอน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในแหล่งพุร้อนไทรงาม ควรพัฒนา กิจกรรม และบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนในแนวทางที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพภายใต้ภาพลักษณ์สถานที่ของพุร้อน ได้แก่ “ความลึกลับของพงไพร” หรือ “The Mystical Forest” คือให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ท่ามกลางสภาพแวดล้อมป่าอนุรักษ์ เชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยววิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ลีซอ เน้นสภาพแวดล้อมที่ความเป็นธรรมชาติของพื้นที่ให้มากที่สุด โดยเฉพาะการอาบแช่พุร้อนไทรงามที่มีอุณหภูมิ ไม่ร้อนจนเกินไปสามารถอาบแช่ พร้อมชื่นชมความงามของพุร้อนไทรงามที่เป็นแอ่งน้ำใสรายล้อมด้วยต้นไม้สูงใหญ่ที่คอยให้ร่มเงาจากป่าอนุรักษ์ รวมถึงได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์การเรียนรู้วิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรมประเพณีของกลุ่มชาติพันธุ์ลีซอ

ทั้งนี้ควรพัฒนา กิจกรรมและบริการในพื้นที่ดังกล่าวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ใช้ทรัพยากร หรือ วัฒนธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นเป็นหลัก ในการพัฒนา กิจกรรม บริการ และผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะแหล่งพุร้อนในพื้นที่สวนป่าอนุรักษ์

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาที่ได้จากงานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาหรือเพิ่มสมรรถนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และใช้ประโยชน์แหล่งพุร้อนในพื้นที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยเฉพาะแหล่งพุร้อนแม่ฮ่อมลง ต.ป่าแป๋ อ.แม่สะเรียง จ.แม่ฮ่องสอน พุร้อนเมืองแปง ต.เมืองแปง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน พุร้อนไทรงาม ต.แม่นาเติง อ.ปาย จ.แม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นกลุ่มแหล่งพุร้อนที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ และเป็นพื้นที่กรณีศึกษาในงานวิจัยนี้ ในประเด็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ และบริการทางการ

ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับแหล่งพุร้อน ที่พัฒนาจากวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และทรัพยากร สิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในท้องถิ่น

การประยุกต์ใช้ทฤษฎีภาพลักษณ์สถานที่มาใช้ในการเก็บข้อมูลภายในชุมชนพุร้อนทั้ง 3 แหล่งนั้น ทำให้เข้าใจ และเข้าถึงข้อมูลทั้งในรูปแบบที่เป็นรูปธรรม และนามธรรม ที่มีอยู่ในพื้นที่ และเป็นมุมมองของคนในชุมชนเอง ซึ่งถือว่าเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการเป็นเจ้าของ และเป็นผู้ใช้งานภาพลักษณ์ชุมชนของตนเอง รวมถึงสร้าง บริหารจัดการกิจกรรมและบริการทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเองให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์นั้น และสามารถนำภาพลักษณ์นั้นมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ของชุมชนเอง ก็จะส่งผลทางจิตใจต่อคนในชุมชนให้มีความรู้สึกเป็นเจ้าของ และมีความภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์ที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ของชุมชนตนเองได้

นอกจากนั้นแล้ว คู่มือแนวทางการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพการท่องเที่ยวพุร้อน จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่เป็นผลผลิตจากโครงการวิจัยนี้นั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนในท้องถิ่นที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพการท่องเที่ยวพุร้อน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่พุร้อนแม่ฮ่องสอน ต.ป่าแป๋ พุร้อนเมืองแปง พุร้อนไทรงาม ต่อไปได้ในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1) ผู้นำในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลควรนำผลการวิจัยนี้ไปขยายผลเพื่อกำหนดเป็นนโยบาย และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น ให้มีความสอดคล้องกับฐานทรัพยากร วิถีชีวิต ภูมิปัญญาชุมชน ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย และความสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งพุร้อนแต่ละแหล่งด้วย

นอกจากนั้นแล้วควรสร้างการรับรู้ ให้ผู้นำระดับชุมชน เช่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ หรือผู้ดูแลกิจกรรมต่างๆ ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวในชุมชนทุกกลุ่ม ได้เข้าใจถึงทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ประโยชน์ หรือผลประโยชน์ ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มจะได้รับหากในชุมชนสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนเอง หรือข้อสรุปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวที่อาจจัดให้มีขึ้นใหม่ในชุมชน

2) ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลควรให้คำแนะนำด้านการจัดหาแหล่งทุนสนับสนุน หรือช่วยจัดหาแหล่งทุนสนับสนุนในการจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรต่างๆ เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชน เมื่อมีการพัฒนากิจกรรม บริการหรือผลิตภัณฑ์ทางการ

ท่องเที่ยวขึ้นมาแล้ว ควรทำการผลักดันช่องทางสื่อสารการตลาดให้แก่ชุมชนได้ทั้งการสื่อสารภายในแหล่งท่องเที่ยว ตามเทศกาลงานประเพณีระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง รวมถึงช่องทางการขายออนไลน์

3) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมระดับภาค และสาธารณสุขจังหวัด ควรให้การสนับสนุนด้านบุคลากร และองค์ความรู้ หรือสนับสนุนแหล่งทุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวแก่ชุมชน ให้ได้คุณภาพ และได้มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อหาแนวการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อน ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับฐานทรัพยากร วิถีชีวิต ภูมิปัญญาชุมชน คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมาย และความสอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในแหล่งพุร้อน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการกำหนดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ ในการดำเนินงานวิจัยครั้งนี้มีปัญหาและอุปสรรคบางประการที่สามารถสรุปเป็นข้อสังเกต และข้อควรคำนึงถึงในการทำวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

1) ในการคัดเลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้กลุ่มผู้ผลิตกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งในชุมชนนั้น ควรคัดเลือกกลุ่มที่สมาชิกภายในกลุ่มมีความตั้งใจในการเข้าร่วมโครงการ มีความพร้อมในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทั้งในขั้นตอนการระดมความคิดเห็นต่อการกำหนดแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ และสามารถติดต่อผู้ประสานงานหรือตัวแทนกลุ่มได้โดยง่าย เพื่อความสะดวกในการสื่อสาร ประสานงาน และจัดการงานวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) โครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” นั้น ดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนาแนวการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้วยมุมมองของนักวิชาการทางด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการออกแบบบริการ และนักวิชาการด้านการตลาดในอนาคตหากมีโครงการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อน หรือโครงการที่มีลักษณะใกล้เคียงกับโครงการนี้ ก็ควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมการให้บริการทางการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่ได้มาตรฐาน รวมถึงการฝึกอบรมการเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อให้คนในชุมชนสามารถบริหารจัดการผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างมืออาชีพ และมีประสิทธิภาพ

นอกจากนั้นแล้วให้ความสำคัญกับการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์สปา เช่น พัฒนาสูตรแชมพู สูตรสบู่ สูตรสมุนไพรขัดผิว สูตรสมุนไพรอบตัว สูตรน้ำมันหอมระเหย รวมถึงผลิตภัณฑ์ อื่นๆที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสปา หรือผลิตภัณฑ์อาหารที่เป็นสูตรประจำท้องถิ่น และใช้สมุนไพรท้องถิ่น อาทิ ชาสมุนไพร หรือสูตรอาหารที่ใช้สมุนไพรเป็นวัตถุดิบหลัก ทั้งนี้ควรให้ความรู้ในเรื่องการรักษามาตรฐานผลิตภัณฑ์ควบคู่ไปด้วย เพื่อให้ชุมชน ได้มีองค์ความรู้เพิ่มเติมสามารถต่อยอดพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ต่อไปได้ด้วยตนเองอย่างยั่งยืน

5.4 การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ได้ดังนี้

1) ผลการศึกษาการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน” จะสามารถเป็นต้นแบบการวางแผนจัดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวให้แก่พื้นที่ศึกษาสามารถนำไปต่อยอดใช้งานได้ทันที นอกจากนั้นแล้วยังสามารถเป็นกรณีศึกษาสำหรับการเรียนการสอนในด้านการท่องเที่ยว และการออกแบบผลิตภัณฑ์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพ รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อนได้

2) เกิดองค์ความรู้ผสมผสานระหว่าง องค์ความรู้ท้องถิ่น ชุมชน และองค์ความรู้สากลในด้านทฤษฎีอันนำไปสู่ผลการเรียนรู้แก่ชุมชนท้องถิ่นและนักวิจัย

3) ชุมชนในพื้นที่ศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้รับความรู้ทางวิชาการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้วยการนำวิถีชีวิต วัฒนธรรมภายในชุมชนมาสร้างภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อนและนำมาใช้สร้างอัตลักษณ์ของชุมชน ตลอดจนเกิดการพัฒนาโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ภายใต้การจัดการทรัพยากรภายในชุมชนอย่างเหมาะสม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวิชาการให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมวิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น

4) ผลการวิจัยจะนำไปสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ เนื่องจากผลการศึกษาด้านการสร้างภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวประเภทพุร้อนสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ชุมชน และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนจังหวัดแม่ฮ่องสอน และนำมาสู่ต้นแบบผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลงานในวิจัยในงานวิจัยนี้ ซึ่งนอกจากทางชุมชนในพื้นที่ศึกษาสามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้วยการนำไปดำเนินการ หรือผลิต

เชิงพาณิชย์ได้ทันทีแล้ว ยังสามารถนำไปต่อยอดในการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน รูปแบบอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องได้ในอนาคต

5) ผลการวิจัยจะช่วยเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวพุร้อน ในชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพุร้อน ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้จากโครงการวิจัยนี้ สามารถนำไปเป็นต้นแบบกรณีศึกษาในการนำวิถีชีวิต วัฒนธรรม ภูมิปัญญาภายในชุมชนมาสร้างภาพลักษณ์สถานที่ของแหล่งพุร้อน และนำมาใช้สร้างผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยว เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวพุร้อนในระดับภูมิภาคและระดับประเทศได้

6) ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์โดยตรงกับประชาชนในท้องถิ่นบริเวณแหล่งพุร้อนแม่อุ้มลอง พุร้อนเมืองแปง และพุร้อนไทรงาม เมื่อประชาชนในท้องถิ่นสามารถผลิตภัณ์ และบริการทางการท่องเที่ยวของชุมชนได้ด้วยตนเอง โดยใช้ทรัพยากร และวัตถุดิบในชุมชนเอง เพื่อจัดจำหน่าย และให้บริการทางการท่องเที่ยวก็จะนำมาซึ่งการสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน ก่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่นทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2559). สรุปรายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2558. สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2559 จาก <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25515>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. สืบค้นเมื่อ สืบค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2559 http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114
- กรุงเทพมหานคร. (2552). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2558, จาก http://www.dasta.or.th/th/Sustain/sub_sustain.php?SystemModuleKey=Create
- กรมทรัพยากรธรณี (2530). แหล่งพลังงานความร้อนใต้พิภพทางภาคเหนือของประเทศไทย. รายงานการสำรวจฉบับที่ 1. 40 – 42.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558). สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2553 – 2557. กรมการท่องเที่ยว: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กองบรรณาธิการและสำนักมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. “ 9 สิ่งควรรู้กับมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม”. วัฒนธรรม. 51, 3 (ต.ค. – ธ.ค.55). หน้า 66 – 67.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว ณ อยู่ธยา (2553). Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย. Ececutive Journal [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 6 สิงหาคม 2558 จาก www.bu.ac.th/knowledge_center/executive_journal/jan_mar_11/pdf/aw4.pdf
- จิตตินุช วัฒนะ (2555). การศึกษาเพื่อกำหนดอัตลักษณ์ถนนวัฒนธรรม (ถนนคนเดิน) ของจังหวัดพิษณุโลก, วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. ปีที่ 7 ฉบับที่ 2, 71-80
- ชูชัย สมิตไกร. (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ปีที่ 5/2558
- ฉัฐพร โยเหลา (2558). นิยามทุนวัฒนธรรม. อุดสาหกรรมสาร ฉบับเดือนกันยายน – ตุลาคม 2558.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2560, จาก <http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=bgvs31BCoFc=&tabid=70>

ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์และคณะ (2547). การสำรวจสถานะองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาทุน

วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์: รายงานความก้าวหน้าการ

วิจัย ครั้งที่ 1. พิษณุโลก: คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ไทยรัฐออนไลน์ (2559). ไชรหัส "ประเทศไทย 4.0" สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ปาน

กลาง บทสัมภาษณ์ ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ รัฐมนตรีกระทรวงพาณิชย์. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม

2560, จาก <http://www.thairath.co.th/content/613903>

ปิยาภรณ์ คำยั้งยง. (2558) การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัสดุเหลือใช้สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อมกรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านจากเศษไม้. ปริญญาวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ

บัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2558

ธงชัย สมบูรณ์ (2549). อัตลักษณ์ของชาติตามนโยบายการศึกษา. งานวิจัยคณะศึกษาศาสตร์.

มหาวิทยาลัยรามคำแหง

นิพล เชื้อเมืองพาน และคณะ (2556). การพัฒนาศักยภาพแหล่งน้ำพุร้อนภาคตะวันตกของ

ประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. รายงานวิจัย 2555

นิพล เชื้อเมืองพาน และคณะ (2560). การพัฒนาศักยภาพแหล่งน้ำพุร้อนภาคตะวันตกของ

ประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. รายงานวิจัย 2560

ไพบรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา. (2553). กลยุทธ์การวางแผนผลิตภัณฑ์ ‘นวัตกรรมแห่งคุณค่า’.

วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. Vol. 1, ธันวาคม

2010, 161-174

ไพบรมา อิศรเสนา ณ อยุธยา. (2556). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อจัดสิทธิบัตร :อุปกรณ์

เคลื่อนย้ายผู้สูงอายุ. วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย. Vol. 1, ธันวาคม 2556, 89-102

พิทักษ์ ศิริวงศ์ และคณะ. (2561) การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์สู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ : กรณีศึกษาร้านสวนผักน้ำเขตจตุจักรกรุงเทพมหานครการประชุม

วิชาการระดับชาติสังคมศาสตร์วิชาการครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย “สังคมพหุ

วัฒนธรรมภายใต้กระแส การเปลี่ยนผ่านสู่ยุค Thailand 4.0” 2561

ลักษณะพร โรจน์พิทักษ์กุล. (2556). การสร้างมูลค่าเพิ่มการทอเสื่อกกเพื่อเศรษฐกิจของชุมชนตำบล

- กระท่อมแพ้ว อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี. วารสารศึกษาศาสตร์ ปีที่ 24 ฉบับที่ 1
เดือนตุลาคม 2555 - มกราคม 2556
- สมพงษ์ อำนวยเงินตรา. (2559). การศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจโรงแรมด้วยกลยุทธ์ Blue
Ocean. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากรฉบับภาษาไทย. ปีที่36 ฉบับที่1. หน้า 1-23.
- อรณพ หอมจันทร์ และคณะ. (2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวพุน้ำร้อน กลุ่มท่องเที่ยว
อารยธรรมล้านนา. รายงานวิจัย 2560
- อรพินท์ บุญสิน. (2014) WMS Journal of Management; Walailak University. Vol.3 No.3
(Sep – Dec 2014): p 22 – 31
- อาภรณ์ ภูวิทย์พันธุ์. (2553). เทคนิคการสร้างภาพลักษณ์ของตนเองด้วยกลยุทธ์ การตลาด.สืบค้นเมื่อ
18 พฤษภาคม 2554, จาก <http://www.oknation.net/blog/print.php?id=555334>

ภาษาอังกฤษ

- Aaker D. A. (1991). *Managing Brand equity: Capitalizing on the value of a Brand
Name*. New York: Free Press.
- Argandoña A. (2011). Stakeholder theory and value creation (Working paper WP-922).
Navarra, Spain: IESE Business School, University of Navarra.
- Deslandes D. D. (2003). *Assessing Consumer Perceptions of Destinations: A Necessary
First Step in the Destination Branding Process*. Unpublished Doctoral Thesis
Florida State University Florida.
- Echtner, Charlotte M., and Ritchie, J.R. Brent. (1991). the Meaning and Measurement
of Destination Image. **The Journal of Tourism Studies**, 14(1) May 2003, 37-48
- Fodness D. & Murray B. (1999). A Model of Tourist Information Search Behavior.
Journal of Travel Research 37(3): 220-230.
- Nuttavuthisit K. (2007) Branding Thailand: Correcting the Negative Image of Sex
Tourism. *Place Branding and Public Diplomacy* 3 (1): 21-30.
- Philip Kotler. (1997), *Marketing Management Analysis* (p. 275).

Woodward, K. (1997). *Identity and difference*. United Kingdom: The Open University.

Smith J.B. & Colgate M. (2007). Customer value creation: A practical framework.

Journal of Marketing Theory and Practice, 15(1), 7-23.

ภาคผนวก

เครื่องมือที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการบันทึกข้อมูลคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในชุมชน

ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Product Profiles)

ชื่อกลุ่มผู้ผลิต:			
ที่อยู่:			
โทร:	FAX:	Email:	Website:
ชื่อผู้ดูแลกิจการ:	โทร:	Email:	

รายละเอียดสินค้าและผลิตภัณฑ์

ชื่อผลิตภัณฑ์:		
คุณสมบัติ:	คุณค่าหลักที่ผู้บริโภคได้รับ:	วิธีใช้:
มาตรฐานที่ได้รับ:	ส่วนผสมหลักของผลิตภัณฑ์:	ต้นทุนต่อหน่วย:
จุดแข็ง/จุดขาย:	ข้อแตกต่างจากคู่แข่ง:	
จุดอ่อน/อุปสรรค/ปัญหาที่พบ:	แนวทางแก้ปัญหา:	
รูปภาพ:		
สถานที่จัดจำหน่าย:	กลุ่มลูกค้าหลัก: เพศ: อายุ:	กลุ่มลูกค้ารอง: เพศ: อายุ:
ราคาจัดจำหน่าย	ราคาปลีก:	ราคาส่ง:
ราคาตัวแทน:		

รายละเอียดบรรจุภัณฑ์

การประเมินด้านโครงสร้าง (ลักษณะทั่วไป/ข้อดี/ข้อเสีย)	การประเมินด้านกราฟิก (ลักษณะทั่วไป/ข้อดี/ข้อเสีย)
รูปทรงและขนาดบรรจุภัณฑ์:	ภาพประกอบ:
วัสดุบรรจุภัณฑ์:	ตัวอักษร:
ด้านการใช้งาน:	สี:
	รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์:

